



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

U LISBOA | UNIVERSIDADE
DE LISBOA

ORIENTADOR

PRESIDENTE
DO JÚRI

ARGUENTE

DOCUMENTO DEFINITIVO

O DESIGN E A PRODUÇÃO EM EMPRESA

Estágio Académico na empresa Original Spot Design, Lda.

Estágio Académico de Natureza Profissional
Curso de Mestrado em Design de Produto

Ana Sanches Rôlo

Professor André Galhardo Lopes de Castro

Professor Auxiliar Convidado - Faculdade de Arquitectura da
Universidade de Lisboa

Professor José Rui Carvalho Mendes Marcelino

Professor Auxiliar - Faculdade de Arquitectura da Universidade de
Lisboa

Professor Paulo Alexandre Santos Dinis

Professor Assistente - Faculdade de Arquitectura da Universidade de
Lisboa

Elaborado para obtenção do Grau de Mestre
Lisboa, Dezembro de 2017



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

U LISBOA | UNIVERSIDADE
DE LISBOA

ORIENTADOR

SUPERVISOR DE ESTÁGIO

PERÍODO DE ESTÁGIO

DOCUMENTO DEFINITIVO

O DESIGN E A PRODUÇÃO EM EMPRESA

Estágio Académico na empresa Original Spot Design, Lda.

Estágio Académico de Natureza Profissional

Curso de Mestrado em Design de Produto

Ana Sanches Rôlo

Professor André Galhardo Lopes de Castro

Professor Auxiliar Convidado- Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa

Designer Ricardo Bandeira

Fevereiro de 2017 a Junho de 2017.

Elaborado para obtenção do Grau de Mestre
Lisboa, Dezembro de 2017

“Vocês são loucos!”
Helder Campaniço, sobre todos os designers.

AGRADECIMENTOS

Agradeço profundamente ao meu pai e ao meu avô, que desde pequena me ensinaram e incentivaram a “pôr as mãos na massa”, o que despertou a minha curiosidade e gosto pela construção e produção das coisas e consequentemente me levou a estudar Artes e Design.

Ao corpo docente da Faculdade de Arquitectura, da Universidade de Lisboa, principalmente aos professores do Mestrado em Design de Produto por todos os conhecimentos transmitidos ao longo do curso, bem como a sua amizade e ajuda sempre que necessária.

Ao professor André Castro, não só por reconhecer em mim potencialidades para estudar e explorar a área da Gestão do Design, mas também pela orientação e disponibilidade durante este processo, bem como pela sua amizade e apoio durante todo o curso de Design.

A toda a equipa da empresa Original Spot Design que me acolheram com toda a simpatia, amizade e sinceridade na sua equipa.

Agradeço em especial ao Ricardo, ao Pedro e à Ana. Ao Ricardo e ao Pedro por toda a orientação profissional que me proporcionaram e por todos os ensinamentos que contribuíram, em grande parte, para a elaboração e sucesso desta tese e para o meu crescimento como profissional de Design. À Ana por toda a ajuda e amizade demonstrada no processo de criação do “monstro OSD”.

Às melhores amigas que a faculdade me deu e que me acompanharam com a maior das amizades e muita paciência, ao longo da Licenciatura e deste Mestrado. Por todas as horas de conversa, partilha, frango assado e algum álcool!

À Ana, por todo o amor e carinho ao longo dos últimos anos, e por toda a força e motivação transmitida em todos os momentos, especialmente nos menos bons.

À minha família, especialmente os meus pais, irmão e avós, por todos os ensinamentos de vida que me transmitiram, por me darem a possibilidade de realizar todos os meus sonhos, e por todo o apoio incondicional nesta etapa tão importante da minha vida, bem como em todas as outras. A eles dedico todo este trabalho.

RESUMO | PALAVRAS-CHAVE

vi

O presente relatório visa documentar o processo de estágio académico de índole profissional realizado na empresa Original Spot Design (OSD), tendo como base de trabalho o processo investigativo na área do Design de Mobiliário e Equipamento, com o objetivo de cumprir os requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design de Produto pela Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa.

O objeto de estudo da investigação debruça-se, em particular, sobre os processos de desenvolvimento de projeto de Design de Mobiliário e a sua produção em lote (Groover, 1987).

O grande objetivo desta investigação foi avaliar como pode o Design contribuir positivamente para os processos de desenvolvimento de projeto e consequente para uma produção mais eficaz num ambiente profissional.

Desde cedo os designers perceberam a importância de intervir em todo o processo de desenvolvimento de produtos, incluindo nos processos de produção. Com um mercado cada vez mais exigente e competitivo, existe uma necessidade de gerir de forma mais eficiente os recursos disponíveis nas empresas. Mas muitas vezes a relação entre o Design e produção não é próxima e, nesse sentido, a mestranda procurou investigar e trabalhar em formas de ultrapassar esta dificuldade.

Para tal foram aprofundados conhecimentos literários ao nível da interação entre o Design e a Indústria, o Design e o Mercado, identificando possíveis pontos de partida onde o Design pode contribuir para tornar o seu trabalho de projeto mais eficiente, mas também o do técnico de produção, possibilitando à empresa otimizar e gerir da melhor forma esta relação entre os seus recursos.

A investigação seguiu uma metodologia de natureza mista de base qualitativa, com metodologias intervencionistas e não intervencionistas, com maior presença da investigação ativa que decorreu durante o período de estágio na empresa Original Spot Design, tendo como suporte metodologias não intervencionistas como a pesquisa, a crítica da literatura, e a observação direta.

Este documento visa refletir todo o processo investigativo deste estágio e os demais contributos para o crescimento da mestranda como profissional e para o campo do Design.

PALAVRAS CHAVE:

DESIGN DE EQUIPAMENTO

GESTÃO DE PRODUÇÃO

PLATAFORMA DE PRODUÇÃO

PRODUTIVIDADE

EFICIÊNCIA

ABSTRACT | KEY WORDS

KEY WORDS:

PRODUCT DESIGN

PRODUCTION MANAGEMENT

PRODUCTION PLATFORM

PRODUCTIVITY

EFFICIENCY

The present study aims to document the internship at the company Original Spot Design, based on an investigation process focused on Furniture and Product Design, with the objective of fulfilling the requirements to obtain a Master's Degree in Product Design by Faculdade de Arquitetura, Universidade de Lisboa.

The research focuses on the production management processes in Design companies, investigating the possibility of Design activities to positively contribute to a more efficient and fluid production process in professional environments.

Since the early days designers have realized the importance of intervening in the production management and in an increasingly demanding market, it is fundamentally important to manage the company's resources efficiently. Often the relationship between Production processes and Design is not the most harmonious and in this sense the researcher actively pursued ways to solve this problem.

For this purpose, the researcher tried to deepen her knowledge in the interaction between Design and Industry and Design and Market, identifying possible starting points in which Designer can contribute to improve overall efficiency in design and production activities, allowing companies to optimize processes and improve the management of its resources.

The research work follows a mixed methodology of qualitative basis, with interventionist and non-interventionist methodologies. With a greater presence of active research which took place during the internship period, supported by non-interventionist methodologies such as research, literature critique, direct observation and interviews.

The purpose of this report is to document all the research process developed in the internship as well as contribute to the professional growth of the researcher and of the design field in general.

LISTA DE ABREVIATURAS E ACRÓNIMOS

ABREVIATURAS

OSD – Original Spot Design

STP – Sistema *Toyota* de Produção

TAP – Transportes Aéreos Portugueses

UNIDO - *United Nations Industrial Developement Organization*

PCP – Planeamento e Controlo de Produção

CAD – *Computer Aided Design* (Design assistido por computador)

CAE – *Computer Aided Engeneering* (Engenharia assistida por computador)

CAM – *Computer Aided Manufacturing* (Fabricação assistida por computador)

CAP – *Computer Aided Planning* (Planeamento assistido por computador)

CIM – (*Computer Integrated Manufacturing* (Fabricação integrada por computador)

TG – Topo de Gondola

VR – Realidade Virtual

P&C – Perfumes & Companhia

ACRÓNIMOS

SACOR - Sociedade Anónima Concessionaria da Refinação de Petróleos de Portugal

SECIL - Companhia Geral de Cal e Cimento

GLOSSÁRIO

x

A **Alienação** - Transmissão sucessiva dos conhecimentos detidos pelos operadores das fabricas;

B **Backwall** - Tipo de linear, mas personalizado consoante a marca exposta;

Bem - Termo que denomina um produto possuído por um indivíduo;

Benchmarking - Disciplina que analisa e compara produtos, serviços e práticas empresariais. Permite através dessa comparação analisar, criar e ter novas ideias.

C **Canopy** - Peças superiores nos diversos equipamentos das lojas, para colocação dos logotipos das marcas;

Castanheiras - Tipo de expositor para produtos de alta rotação ou “impulso”, normalmente situados às entradas das lojas;

Coluna - Tipo de expositor que envolve os pilares estruturais das lojas.

Gondola - Tipo de expositor central das lojas de perfumaria, para exposição de produtos dos dois lados;

Glorifier ou Hotspot - Expositor pequeno utilizado para destacar um produto de *tester*, que se destaca do resto do ponto de venda. Normalmente utilizada em conjunto com um linear;

GPS - Peça que faz parte dos lineares, que permite identificar as marcas dos produtos expostos. Por vezes contém uma pequena descrição dos benefícios do produto exposto;

Guidelines - Regras definidas pelas marcas relativamente a toda a estética, materiais, peças e requisitos construtivos para cada peça/trabalho/campanha;

I **Inputs** - Entradas de um determinado fator num determinado ciclo. Neste caso específico, entradas de determinados fatores que vão influenciar o processo de produção;

L **Layout** - Termo para a estética de um produto e/ou serviço;

Linear - Expositor próprio das lojas de perfumaria em forma de prateleiras de parede onde os produtos são expostos;

M **Marketing** - Disciplina que estuda as atividades comerciais, e que a partir do conhecimento das necessidades e da psicologia do consumidor desenvolve estratégias de comércio;

Makeup Station - Espaço reservado à experimentação de maquilhagem pela cliente ou para demonstrações da aplicação destes mesmos produtos;

Massas - Termo que determina uma quantidade indeterminada de indivíduos;

Merchandising - Atividade ligada à promoção de um produto e/ou marca, através do desenvolvimento de equipamentos, produtos e/ou publicidade específicas;

O Outputs - Saídas de um determinado fator ou valor num determinado ciclo. Neste caso específico, saída de um determinado valor do processo de produção;

P Pirâmides - Tipo de expositor em forma de pirâmide;

Podium - Espaço de promoção da marca, onde são desenvolvidos pequenos ambientes que transmitam a estética e valores das marcas;

R Refresh – Remodelar a estética existente, tornando-a mais apelativa ao cliente;

S Stakeholders - Todos os indivíduos ou entidades envolvidas num processo;

Stand - Espaço comercial reservado a uma marca específica, para o qual se desenvolve um conjunto de mobiliário;

Stock - Quantidade de matéria prima ou produtos que uma empresa detém acumulados e armazenados;

T Testers - Produtos expostos para experimentação pelo cliente.

Topo de Gondola - Zona de topo das gondolas, destinado à exposição de produtos de maior destaque.

V Visual - Imagens promocionais de campanhas/produtos.

Vitrinismo - Decoração e desenvolvimento de montras de lojas;

ÍNDICE GERAL

xii	RESUMO PALAVRAS-CHAVE	vi
	ABSTRACT KEYWORDS	vii
	LISTA DE ABREVIATURAS E ACRÓNIMOS	ix
	GLOSSÁRIO	x
	ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
	ÍNDICE DE TABELAS	xv
	ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
	GUIA	xviii

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO

1.1	- NOTA INTRODUTÓRIA	3
1.2	- INTRODUÇÃO	3
1.3	- TÓPICO INVESTIGATIVO	5
1.3.1.	QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO	5
1.4	- OBJETIVOS	6
1.4.1	- OBJETIVOS GERAIS	6
1.4.2	- OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.5	- ARGUMENTO	7
1.6	- DESENHO DA INVESTIGAÇÃO	7
1.6.1	- METODOLOGIAS	7
1.6.2	- ORGANOGRAMA	7
1.7	- BENEFÍCIOS	9
1.8	- FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO	9
1.9	- CRONOGRAMA	10

CAPÍTULO 2 - ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1	- NOTA INTRODUTÓRIA	15
2.2	- ESTADO DE ARTE	16
2.2.1	- BREVE ENQUADRAMENTO DA HISTÓRIA DA INDÚSTRIA	16
2.2.2	- DESIGN NA INDÚSTRIA PORTUGUESA	18

2.3 - GESTÃO DE PRODUÇÃO	21
2.3.1 - SISTEMAS DE PRODUÇÃO	22
2.3.2 - PRODUTIVIDADE	23
2.3.3 - TECNOLOGIAS	26
2.3.4 - ERGONOMIA	27
2.4 - SÍNTESE CRÍTICA	29

CAPÍTULO 3 - EMPRESA ORIGINAL SPOT DESIGN

3.1 - NOTA INTRODUTÓRIA	33
3.2 - A EMPRESA	33
3.2.1 - ESPAÇO DA EMPRESA	34
3.2.2 - ORGANOGRAMA DA EMPRESA	36
3.3 - CLIENTES E PARCEIROS	38
3.4 - PORTEFÓLIO	40
3.5 - METODOLOGIAS DE TRABALHO	44
3.6 - SUPERVISOR DE ESTÁGIO	48
3.7 - INTEGRAÇÃO NA EMPRESA	48

CAPÍTULO 4 - ESTÁGIO

4.1 - NOTA INTRODUTÓRIA	52
4.2 - PROJETOS	52
4.3 - DESCRIÇÃO DE PROJETOS	54
4.3.1 - PROJETOS DE CONCEITO	54
4.3.2 - PROJETOS DE PRODUÇÃO	61
4.3.3 - PROJETOS DE CONCEITO E PRODUÇÃO	63
4.3.4 - PROJETOS DE REMODELAÇÃO	67
4.4 - SÍNTESE CRÍTICA	69

CAPÍTULO 5 - PROJETO FINAL

5.1 - NOTA INTRODUTÓRIA	73
5.2 - ESTUDO DE MERCADO	74
5.3 - PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO	76
5.4 - PLATAFORMA DE PRODUÇÃO	78
5.4.1 - UTILIZADORES	79

5.4.2 - MAPEAMENTO DA PLATAFORMA	80
5.4.3 - MODOS DE VISUALIZAÇÃO	82

xiv **CAPÍTULO 6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS**

6.1 - NOTA INTRODUTÓRIA	87
6.2 - CONCLUSÕES	87
6.3 - RECOMENDAÇÕES	89
6.4 - DISSEMINAÇÃO	90

ELEMENTOS PÓS-TEXTUAIS

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
BIBLIOGRAFIA	95
APÊNDICES	98
ANEXOS	108

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	Fluxo de Produção	46
-----------	-------------------	----

ÍNDICE DE TABELAS

TABELA 1	Diagrama de Marcas	39
TABELA 2	Calendário de Projetos	52
TABELA 3	Tabela comparativa de plataformas	75
TABELA 4	Tabela comparativa da plataforma OSD com outras	83

ÍNDICE DE FIGURAS

xvi

FIGURA 1	Organograma	8
FIGURA 2	Calendário Previsional	10
FIGURA 3	Áreas de estudo	15
FIGURA 4	Modelo T da Ford	17
FIGURA 5 6	<i>Great Exhibition of the works of all nations</i>	17
FIGURA 7	Trabalho desenvolvido por Sebastião Rodrigues para a TAP	17
FIGURA 8	1º Salão Nacional de Artes Decorativas	17
FIGURA 9 11	1ª Exposição de Design Portugues	19
FIGURA 12	Modelo de produção <i>Input-transformação-Output</i>	22
FIGURA 13	Modelo de decisão da política geral da área de produção	25
FIGURA 14	Modelo de questões essenciais da política geral da área da produção	25
FIGURA 15	Espaço OSD	35
FIGURA 156 22	Espaço OSD	35
FIGURA 23	Organograma da empresa	36
FIGURA 24 26	<i>Stand Sisley</i>	40
FIGURA 27 28	<i>Stand YSL e Giorgio Armani</i>	40
FIGURA 29 31	Remodelação <i>Douglas</i>	41
FIGURA 32	Ecrã LED - <i>Sephora</i> Centro Comercial Vasco da Gama	41
FIGURA 33 36	Remodelação da loja P&C Atrium Saldanha	42
FIGURA 37	<i>Glorifier Lancôme</i>	43
FIGURA 38	<i>Glorifier Prada</i>	43
FIGURA 39 41	Montra <i>Viktor&Rolf</i> Centro Comercial Colombo	43
FIGURA 42	<i>Moodboard</i>	44
FIGURA 43	Calendário partilhado	44
FIGURA 44	Folhas de obra	45
FIGURA 45	Processo de execução	45
FIGURA 46	Fase de montagem - Linear <i>Viktor&Rolf</i>	45
FIGURA 47 48	Plataforma de Implementações OSD	46
FIGURA 49 50	Convivio OSD	48
FIGURA 51 53	Restaurante Bastardo	54
FIGURA 54	Espaço a intervir	55
FIGURA 55	Inspiração de materiais	55
FIGURA 56 60	Conceitos desenvolvidos - Balcão	55
FIGURA 61 64	Conceitos desenvolvidos - Árvore Mágica	56

FIGURA 65 66	Conceitos desenvolvidos - Livro	56
FIGURA 67 68	Conceitos desenvolvidos - <i>Podium 1</i>	57
FIGURA 69 73	Conceitos desenvolvidos - <i>Podium 2</i>	57
FIGURA 74 75	<i>Moodboar Douglas</i>	58
FIGURA 76 77	Planilha de cores propostas	59
FIGURA 78 83	Conceito <i>Douglas</i>	59
FIGURA 84 86	Conceitos desenvolvido - Linear <i>Lancôme</i>	60
FIGURA 87	Folha de obra - <i>Atelier Cologne</i>	61
FIGURA 88	TG <i>Atelier Cologne</i> em produção	61
FIGURA 89	TG <i>Atelier Cologne</i> implementado em loja	61
FIGURA 90	Acesso projetado	61
FIGURA 91	Folha de obra - <i>Hotspot Chanel</i>	62
FIGURA 92 93	<i>Guideline Chanel</i> recebida	62
FIGURA 94 95	<i>Hotspot Chanel</i> implementado em loja	62
FIGURA 96 97	Conceitos desenvolvidos - <i>Canopys</i>	63
FIGURA 98 101	Conceitos desenvolvidos - <i>Canopys</i>	64
FIGURA 102	<i>Canopys</i> implementados em loja	64
FIGURA 103	Conceito desenvolvido - Acrílico <i>Sephora</i>	65
FIGURA 104	Fase de testes - Acrílico <i>Sephora</i>	65
FIGURA 105	Teste em loja	65
FIGURA 106	Projeto desenvolvido - VR	66
FIGURA 107 108	Óculos VR	66
FIGURA 109 110	Conceito desenvolvido	67
FIGURA 111	Produção Coluna <i>Dior</i> - Fase de montagem	68
FIGURA 112 113	Implementação em loja - Colunas	68
FIGURA 114	Mapeamento em <i>Microsoft Excel</i>	76
FIGURA 115	1ª versão da Plataforma de Produção OSD	76
FIGURA 116	Plataforma de Produção OSD	79
FIGURA 117 119	Modos de Visualização	82

GUIA

xviii

Este guia visa orientar a leitura do documento, apresentando os vários tópicos que o compõem.

O presente documento divide-se em 3 grupos principais: elementos pré-textuais, elementos textuais e elementos pós-textuais.

O grupo dos elementos pré-textuais, já apresentados, é composto pelos agradecimentos, pelo resumo e palavras-chave, em língua portuguesa e inglesa, que enquadram de forma breve este processo investigativo. Seguem-se a lista abreviaturas e de acrónimos, que auxiliam a leitura deste documento. Por fim identificam-se os vários índices, dos vários elementos gráficos.

O grupo dos elementos textuais, divide-se em 6 capítulos. Inicia-se com o Capítulo 1 – Introdução, onde se expõem o tópico investigativo e respetivas questões de investigação, identificando os objetivos, gerais e específicos de todo o processo de investigação. Propõe-se uma hipótese, a validar, apresentando para tal o desenho das metodologias que foram utilizadas durante o processo. São identificados os benefícios do processo bem como os do estágio, e ainda os fatores críticos de sucesso que o influenciaram. Por fim apresenta-se o cronograma que esquematiza temporalmente o referido processo investigativo.

O Capítulo 2 - Enquadramento Teórico que enquadra a temática investigada, passando pelas áreas definidas pelo diagrama de áreas.

Capítulo 3 – Empresa Original Spot Design, onde se contextualiza a empresa de estágio, passando pelo espaço da empresa, os seus clientes, portefólio e metodologias de trabalho. Desenhou-se ainda o organograma da empresa.

Segue-se o Capítulo 4 – Estágio, onde se expõe todos os projetos desenvolvidos ao longo dos 4 meses, e se descreve detalhadamente 10 projetos selecionados para ilustrar esta experiência.

O Capítulo 5 – Projeto Final, onde se descreve o projeto final de estágio desenvolvido.

Terminamos este grupo com o Capítulo 6 – Considerações Finais, que compreende uma reflexão e verificação do tópico investigativo, recomendações futuras e descrição de alguns dos meios de disseminação.

O grupo dos elementos pós-textuais é composto pelas referências bibliográficas, a bibliografia, que se organiza por área de investigação e os apêndices e anexos.

CAPÍTULO 1

Introdução





1.1 - NOTA INTRODUTÓRIA

Neste capítulo apresenta-se os aspetos base para o desenvolvimento do processo investigativo. Contextualiza-se o tópico, numa breve introdução, seguindo da identificação do tópico investigativo e das questões de investigação. Apresentam-se os objetivos, gerais e específicos para este processo, bem como o argumento, as metodologias utilizadas, os benefícios e os fatores críticos de sucesso, terminando com o desenho do cronograma dos tempos de trabalho durante a investigação.

1.2 - INTRODUÇÃO

Num panorama mundial em que tecnologia, a inovação e o cliente estão no centro dos ciclos produtivos, a capacidade de tornar as empresas competitivas é a chave para o sucesso. Exige-se que os processos produtivos de cada empresa sejam capazes de se adaptar à constante mudança do mercado, acrescentando valor ao bem e/ou serviço que comercializam, sendo a produtividade a palavra de ordem, em qualquer contexto empresarial.

Desde cedo que a produção está presente na história do Homem, primeiro a um nível mais artesanal que face à exigência do mercado da época evoluiu para a produção industrial, sempre para acompanhar as necessidades do cliente.

Atualmente o mercado é cada vez mais exigente: mais produtos, mais qualidade, mais variedade, mas menos tempo de produção com menor custo. Uma mudança que acontece, exagerando, quase ao minuto. As empresas deparam-se com uma necessidade de adaptação constante, que acarreta custos e consequências, sem que nunca a produção possa parar para incorporar estas mesmas adaptações ou alterações. É por isso importante refletir na gestão de produção com benefícios a curto e longo prazo, mas também gerir a produção de forma a ser flexível e automaticamente adaptável.

O papel do Design é reconhecido na indústria como a ponte entre o projeto do produto e/ou serviço e o espaço de produção, sendo que este intervalo de tempo é caracterizado por métodos e ferramentas que interligam a “ideia” ao produto final. Cada empresa dispõe da sua metodologia projetual, sendo comum a necessidade de reduzir o tempo, desperdício e margens de erros, tornando todo o ciclo de produção mais fluido e eficiente.

Através da revisão da literatura procurou-se validar a pertinência de uma investigação na área da gestão de produção em empresas de Design, estando este processo investigativo inserido num estágio académico na empresa Original Spot Design de Fevereiro de 2017 a Junho de 2017.



Inserir-se no campo científico do Mobiliário e Equipamento, procurando identificar sistemas e tecnologias de produção que beneficiem tanto a empresa, o designer e o técnico de produção.

Neste ambiente a mestranda desenvolveu as metodologias necessárias para uma investigação individual, assim como novas competências a nível profissional e pessoal, preparando-a para a inserção no mercado de trabalho.

Campo: Design de Produto

Área: Design de Equipamento e Mobiliário

Tema: Gestão de Produção

Título: O DESIGN E A PRODUÇÃO EM EMPRESA – Estágio Académico na empresa Original Spot Design, Lda.



1.3 - TÓPICO INVESTIGATIVO

O tópico investigativo expõe a temática a investigar e gera questões às quais se espera responder no fim desta investigação.

Em qualquer empresa as metodologias de trabalho e as tecnologias de produção devem otimizar o trabalho e os recursos, permitindo à empresa gerir de forma fluída e eficiente todo o processo de produção.

Atualmente o Design é um agente determinante no processo produtivo de uma empresa, e como tal pode contribuir com metodologias e ferramentas que otimizem tanto o seu trabalho como o da produção.

1.3.1 - QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO

As questões de investigação pretendem clarificar o objetivo final da investigação realizada, esperando-se que finalizado este relatório lhes seja possível responder.

Q1: Como pode o Design tornar a produção dentro de uma empresa mais eficiente?

Q2: Pode o Design capacitar as empresas com metodologias de gestão de produção mais eficientes?

Q3: Existem soluções de produção que otimizem tanto o trabalho dos designers como o dos técnicos de produção?



1.4 - OBJETIVOS

1.4.1 - OBJETIVOS GERAIS

Identificaram-se como objetivos gerais de todo o estágio e do processo investigativo:

- Perceber e acompanhar processos de gestão de produção de uma empresa;
- Observar e analisar como decorre um processo de produção num ambiente real de trabalho, procurando soluções mais produtivas que beneficiem o trabalho quer do designer como dos técnicos de produção em pequenas e médias empresas;
- Aquisição de metodologias de trabalho em equipa em ambiente profissional com foco no Design de Equipamentos e Mobiliário, no decorrer do estágio na empresa Original Spot Design;
- Contribuição para o corpo de conhecimento na área do Design de Produto com a produção, apresentação e disseminação de um relatório de Estágio, que alargue o conhecimento e experiência proporcionados em ambiente profissional, bem como contribuir para o enriquecimento da experiência do próprio aluno que deverá adquirir ferramentas e metodologias próprias do mercado de trabalho;

1.4.2 - OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Como objetivos específicos identificaram-se:

- Contribuir para a empresa de estágio com ferramentas resultantes deste processo, que lhes permita analisar e melhorar a produtividade do seu processo de produção;
- Desenvolvimento de metodologias projetuais e de trabalho no âmbito do estágio;
- A nível académico, espera-se contribuir para o conhecimento profissional da mestranda, integração de processos e ferramentas de produção dentro de uma empresa, bem como desenvolver as suas competências em processos investigativos através da elaboração de um relatório de estágio.



1.5 - ARGUMENTO

O argumento expõe a premissa base que se ambiciona validar no decorrer desta investigação.

Determinar pontos fracos e/ou fortes no fluxo de produção, pode influenciar intervenções que proporcionem um trabalho mais produtivo, tanto para o designer, como para os técnicos de produção, em pequenas ou médias empresas, permitindo à empresa uma melhor gestão dos seus recursos.

1.6 - DESENHO DA INVESTIGAÇÃO

1.6.1 - METODOLOGIAS

No desenvolvimento deste processo investigativo foi aplicada uma metodologia de natureza mista de base qualitativa, com metodologias intervencionistas e não-intervencionistas, que permitiu obter os resultados desejados.

Na fase especulativa utilizou-se uma metodologia não-intervencionista de base qualitativa, baseada na crítica da literatura, através da recolha, seleção e análise de bibliografia diversa relativa às áreas a investigar, que termina com uma síntese crítica que contextualiza o tópico investigativo e apura a sua autenticidade e pertinência. Esta recolha foi feita junto de bibliografia escrita, publicada e/ou online e foi atualizada no final deste processo investigativo.

Na fase empírica, durante o decorrer do estágio, foi utilizada uma metodologia qualitativa intervencionista de investigação ativa com ligação direta à experiência de trabalho geral e ao acompanhamento de todo o processo de desenvolvimento do projeto final do estágio.

Ainda para o projeto final desenvolvido sentiu-se a necessidade de recorrer à metodologia não intervencionista, de pesquisa por questionário.

Por último foram retiradas e analisadas as conclusões de toda a investigação e feitas as futuras recomendações e propostas de disseminação deste processo.

1.6.2 - ORGANOGRAMA

O organograma (fig.1) desenvolvido permite esquematizar o processo investigativo que se utilizou, tendo uma visão clara da ordem e das interações entre os diferentes componentes.



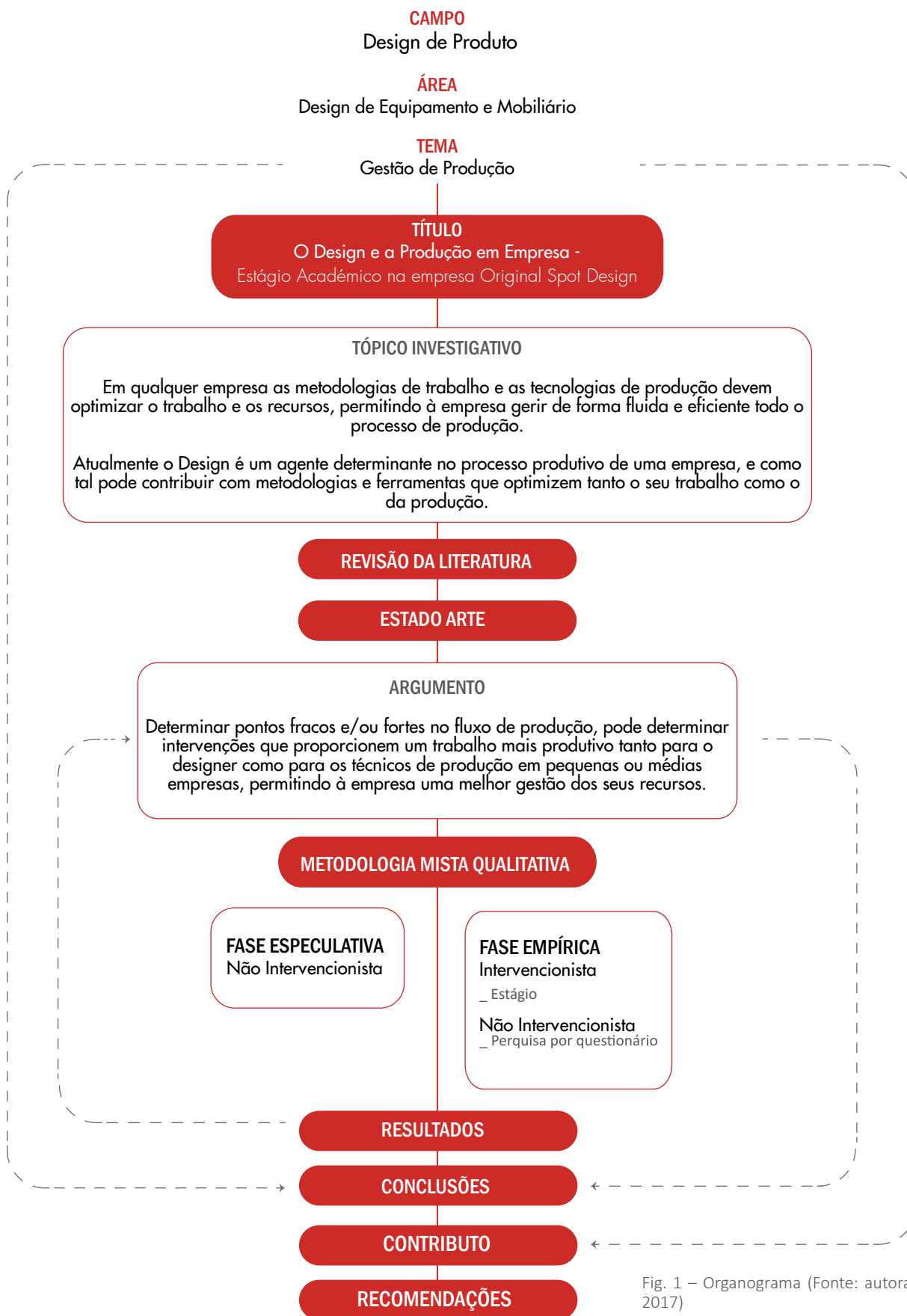


Fig. 1 – Organograma (Fonte: autora, 2017)



1.7 - BENEFÍCIOS

Com o desenvolvimento e publicação desta investigação a mestranda espera contribuir para o conhecimento na área da gestão de produção, contribuindo com metodologias e ferramentas adquiridas e desenvolvidas durante o estágio na empresa Original Spot Design.

A nível pessoal, o campo de conhecimento da mestranda dentro da área do Design de Equipamento e Mobiliário foi alargado, bem como o desenvolvimento das suas capacidades de investigação e de produção teórica adquiridas durante a sua formação académica.

A inserção da mestranda numa empresa com forte presença no mercado de trabalho, capacitou-a com novas ferramentas, metodologias, ritmo e conhecimento para a sua posterior inserção no mundo profissional.

Pretende-se ainda contribuir e alcançar benefícios para a área do Design, para os seus profissionais, comunidades académicas e para a comunidade em geral através da publicação deste relatório de estágio que permitirá à mestranda adquirir o grau de Mestre em Design de Produto.

1.8 - FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

Durante este processo investigativo, alguns fatores foram determinantes para o seu desenvolvimento, a saber:

- A imprevisibilidade dos projetos a desenvolver no decorrer do estágio, bem como as suas diversas características, que influenciaram o desenvolvimento de vários projetos, mas que enriqueceram esta experiência;
- A necessidade de uma gestão eficaz de tempo e recursos exigida pela quantidade de projetos e pelos seus curtos tempos de desenvolvimento e implementação, que capacitou a mestranda com ferramentas organizacionais;
- Facilidade de acesso a informação relativa à empresa, bem como aos seus processos de produção, uma vez que o departamento de produção está situado no mesmo edifício que o Departamento de Design da empresa, que facilitou a aquisição de informações para a elaboração deste documento, mas também impulsionou o crescimento da mestranda a nível profissional;
- A existência de uma relação de confiança com a equipa da Original Spot Design e a sua forte disponibilidade para acompanhamento da mestranda em todas as fases do estágio, que agilizou todo o processo de adaptação à realidade do mercado de trabalho;



1.9 - CRONOGRAMA

10

capítulo 1 - introdução

Para o desenvolvimento desta investigação foi seguido o seguinte calendário previsional (fig.2):

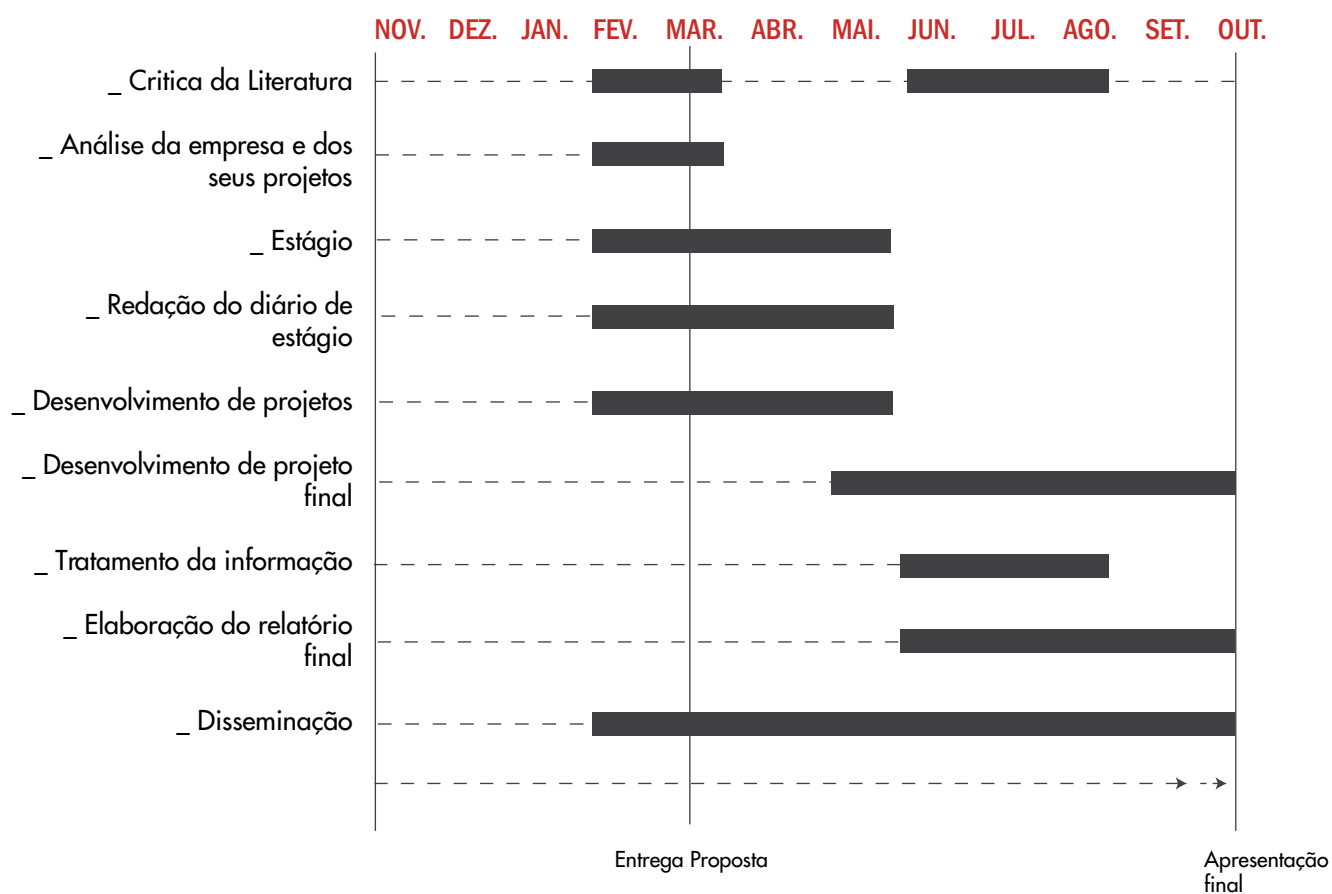


Fig. 2 – Calendário Previsional. (Fonte: autora, 2017)







CAPÍTULO 2

Enquadramento Teórico



2.1 - NOTA INTRODUTÓRIA

O presente enquadramento teórico pretende enquadrar o desenvolvimento da indústria e a influência do Design nesse processo. Bem como identificar vários tópicos relacionados com a Gestão de Produção.

A construção do diagrama de áreas (fig.3) esquematiza as áreas consideradas relevantes para o processo investigativo e contextualiza as matérias para o desenvolvimento do enquadramento teórico, hierarquizando-as entre si.

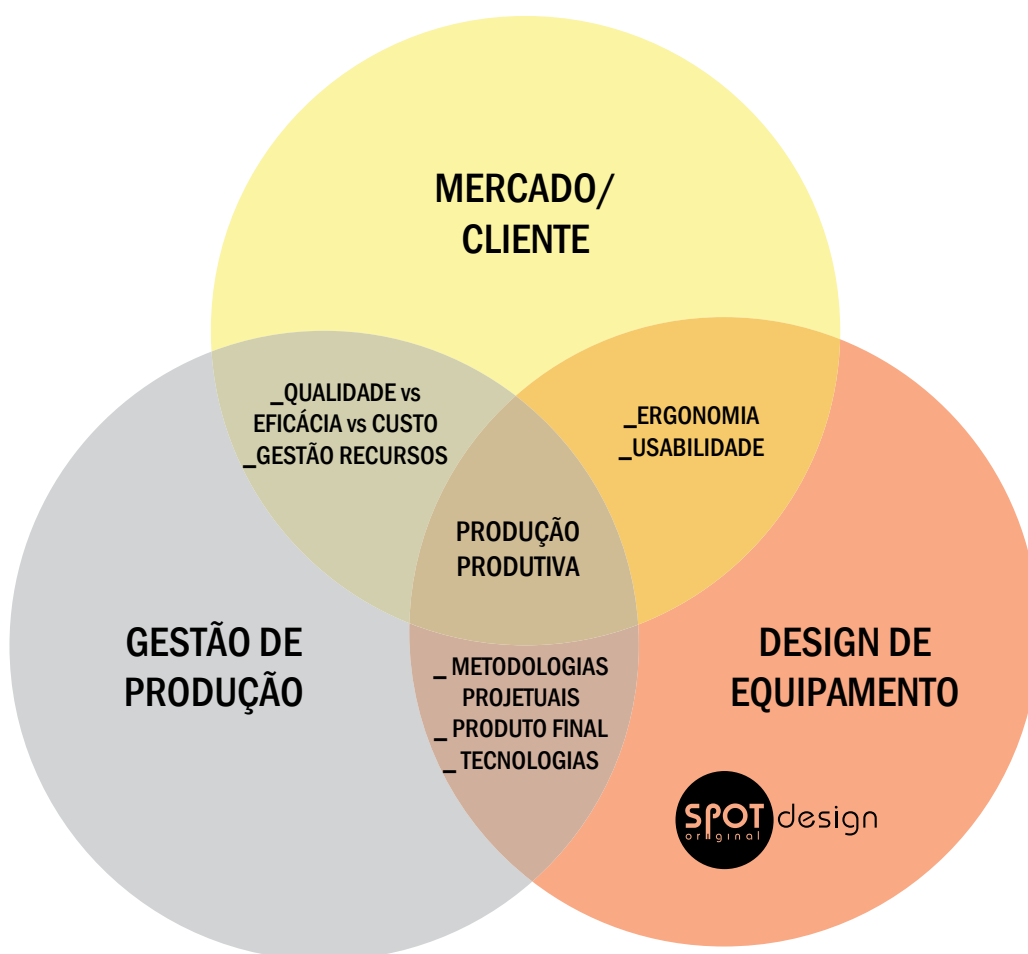


Fig. 3 – Áreas de estudo. (Fonte: autora, 2017)



2.2 - ESTADO DE ARTE

2.2.1 - BREVE ENQUADRAMENTO DA HISTÓRIA DA INDÚSTRIA

A história da Indústria é marcada por três momentos determinantes para o seu desenvolvimento.

No final do séc. XIX a produção comercial existente era unicamente artesanal. Esta produção era caracterizada por um conhecimento que passava de geração em geração, com uma força de trabalho altamente especializada. O sistema era gerido por um proprietário, a maioria das vezes dono do próprio negócio, que tinha contacto direto com todos os envolvidos na produção, desde os trabalhadores aos fornecedores e clientes. A maioria dos trabalhos eram executados por encomenda, não tinham qualquer padrão de produção, no sentido de uma linha organizada com diversos intervenientes e processos repetidos de forma consistente, sendo que as quantidades produzidas eram reduzidas e o seu custo bastante elevado.

É na indústria automóvel que os grandes desenvolvimentos industriais aconteceram. Em 1776, James Watt vende o primeiro motor a vapor na Inglaterra, dando origem à primeira revolução industrial que alterou totalmente a produção artesanal, através da mecanização das tarefas no processo de produção.

Surgem conceitos como a padronização dos processos de fabrico, o desenvolvimento de técnicas de planeamento e controle de produção e técnicas de vendas (Pasqualini et al., 2010, p.11).

Adam Smith, filósofo e economista, desenvolveu o conceito da economia de produção, onde implementou medidas como a divisão do trabalho, especializando o operador apenas para um posto específico de trabalho (Marques, 1998, p.13) economizando tempos de trabalho, bem como o tempo de produção, uma vez que um operário que só executa uma tarefa seria mais rápido. Acreditava ainda que esta divisão iria homogeneizar os bens produzidos por todos os operadores e assim, entre eles, só seria possível trocarem bens com o mesmo valor, o que iria difundir a necessidade geral de bens.

Com o desejo de aquisição de bens, principalmente o automóvel, a procura do mercado estava de tal forma alterada que rapidamente se percebeu a importância de aumentar a produtividade nas fábricas. No final do séc. XIX, surge nos Estados Unidos o conceito de Administração Científica, introduzido por Frederick Taylor, que pretendia fabricar mais produtos com menos recursos (Marques, 1998, p. 12). Além da subdivisão das tarefas, Taylor estudou os tempos de trabalho, analisou os métodos de trabalho, e implementou planos de pagamentos de bônus (p. 13).





Fig. 4 – Modelo T da Ford. (Fonte: Google imagens, acedido a 03/2017)

Na década de 1910, Henry Ford desenvolveu os princípios da produção em massa, conceito denominado de Fordismo. Alia os conceitos de intercâmbios de peças, desenvolvido em 1790 por Eli Whitney (Pasqualini et al., 2010, p. 11) à Administração Científica de Frederick Taylor, acrescentado a produção em linha de montagem (Marques, 1998, p. 13). Passou a ser possível fabricar produtos padronizados com pouca variedade, que a cada aumento de produção viam o seu custo ser reduzido. Era agora possível às grandes massas adquirirem um automóvel próprio.

Apesar da expansão do modelo T da Ford (fig. 4) no mercado, a sua procura começa a diminuir quando a General Motors insere no mercado o conceito de variedade de produtos. Em vez de apenas produzir um modelo com uma cor única (preto) a General Motors compreendeu que era necessário responder a diferentes clientes, com diferentes necessidades e aspirações, oferecendo diferentes cores e, mais tarde, diferentes modelos de automóvel com preços ajustados a cada segmento de mercado. A produção padronizada apresentava também problemas de *stocks* elevados, altos níveis de desperdício e a alienação do trabalhador, uma vez que eram sempre produzidos os mesmos produtos pelos mesmos trabalhadores.

Depois da 2ª Guerra Mundial, e com todo o conhecimento adquirido com a económica industrial da guerra, surge então o conceito de Sistema *Toyota* de Produção (STP), desenvolvido por Eiji Toyota. Neste conceito a produção era realizada conforme os fluxos de encomendas, apenas quando era preciso, eliminando assim desperdícios e apostando na melhoria constante dos produtos. Além disso desenvolve-se o conceito de *benchmarking* que tem como princípio analisar melhores práticas de outras empresas, com o objetivo de aumentar a performance da própria empresa (Pasqualini et al., 2010, p. 14).

A cada momento de evolução na indústria verificamos que há um fator comum, impulsionador destes desenvolvimentos, que é o cliente do produto, em nome do qual tudo é desenvolvido. A procura dos clientes levou e leva ainda hoje as empresas a atualizarem as suas técnicas de produção, que procuram ser cada vez mais eficientes.

Já no final do séc. XX as novas tecnologias vêm estimular diversas mudanças na indústria, uma das quais a promoção de materiais renováveis, que influenciaram o Design do Produto de uma maneira significativa, mas também a automação massiva dos processos produtivos.



2.2.2 - DESIGN NA INDUSTRIA PORTUGUESA

O Design nasce com a “industrialização” da arte, quando exposições como a *Great Exhibition of the works of Industry of all Nations* em 1851 em Londres (fig. 5 e 6) mostram produtos nascidos da produção industrial, anteriormente apenas disponíveis como “produtos de arte”, agora acessíveis ao público geral, promovendo o consumo de massas.

Levam inclusive, Ribeiro Artur (1903, apud Souto, 2015, p. 26) a considerar estes anos, de 1850 a 1900, sinónimos de uma “*grande epocha d’industria e não grande epocha d’arte*”¹.

Atravessava-se

“um momento fundamental na ponderação e debate entre a Arte e a Técnica (...) repensaram os avanços técnicos conquistados pela industrialização na sua relação com a cultura artística (...) que acabaria por conduzir a uma nova disciplina para o século XX, o design.” (Souto, 2015, p. 26)

A industrialização portuguesa decorreu a um ritmo lento “(...) no âmbito de um país rural e insuficientemente industrializado, detido de um gosto cristalizado e servido por uma oferta artesanal de escassa relevância plástica (...)” (Santos, 2015, p. 13).

É apenas após a I Guerra Mundial que

“(...) fixaram-se as diretivas de uma política de preparação humana e reorganização das infraestruturas nacionais que conduzem a uma mudança de paradigma da economia e da indústria nacional.” (Baltazar, 2015 p.31).

Dentro desta reestruturação e do processo de industrialização destaca-se a reorganização das indústrias tradicionais como a produção vinícola, piscatória e as moagens. Ainda nos anos 30 dá-se a expropriação das fabricas de moagens como a Covina e a Sociedade Anónima Concessionária da Refinação de Petróleos de Portuga (Sacor), criando novos complexos industriais, como o da Sacor e da Companhia Geral de Cal e Cimento (SECIL) com as quais colaboraram com a indústria inúmeros designers.

Destaca-se também a indústria hidroelétrica, ligada a construção de barragens, envolvendo a engenharia, a arquitetura e o design. Destacam-se igualmente companhias como a TAP - Transportes Aéreos Portugueses com os quais também colaboram alguns designers, como Sebastião Rodrigues (fig.7).

Esta ligação entre a indústria e o design motiva à realização do 1º Salão Nacional de Artes Decorativas em 1949 em Lisboa (Baltazar, 2015, p.34) (fig.8).



Fig. 5 | 6 – *Great Exhibition of the works of industry of all Nations* (Fonte: Google imagens, acedido a 10/2017)



Fig. 7 – Trabalho desenvolvido por Sebastião Rodrigues para a TAP. (Fonte: Google imagens, acedido a 10/2017)



Fig. 8 – 1º Salão Nacional de Artes Decorativas (Fonte: Google imagens, acedido a 10/2017)

1. T.L.: “uma grande época de Industria e não grande época de Arte.”





Fig. 9 | 11- 1ª Exposição de Design Portugues
(Fonte: Google Imagens, acedido a 10/2017)

Ainda assim “A consciência disciplinar sobre o design é tardia em Portugal.” (Baltazar, 2015, p. 45), chegando em passos pequenos, confundindo-se muitas vezes com outras áreas das artes.

“A separação do design das Belas-Artes, da arquitetura e das artes menores é difícil de ser feita e, na verdade, a ser estabelecida, artificial em relação à prática efetiva do projeto.” (Idem, ibidem, p. 46)

Além disso temos um panorama nacional de ditadura Salazarista, que coloca Portugal numa posição tardia em relação à Europa, o que por consequência leva profissionais não qualificados a atuar em diversas áreas (p. 46).

Nos anos 60 surgem os primeiros sinais da mudança. Mais de um milhão e meio de portugueses emigrou, a guerra colonial provocou uma forte escassez de homens no mercado de trabalho obrigando as mulheres a substituí-los, o que as autonomizou e emancipou. No plano económico criam-se infraestruturas, dá-se prioridade ao investimento privado, liberaliza-se o comércio externo e promovem-se as exportações.

Ainda assim o desenvolvimento parece tardar:

“O atraso tecnológico e organizacional generalizado gerado pela subalternidade genética da indústria nacional face ao poder político, drasticamente acentuada com o intervencionismo do Estado Novo, marcará duradouramente ideologias, mentalidades e práticas industriais em Portugal.” (Almeida, 2015, p. 14).

Existe alguma consciência deste atraso, e isso exige uma abertura ao mundo em prol de um desenvolvimento mais rápido. Com efeito, estudos apresentados no 2º Congresso da Indústria Portuguesa relatam que havia vantagem na exportação ao invés do protecionismo e que para tal deveria proceder-se à modernização industrial e à integração do Design na Indústria.



Também Magalhães Ramalho afirma que a modernização industrial era a única via possível para o desenvolvimento do país, apelando ao reforço das componentes científicas e à valorização da estética industrial, em paralelo com a qualificação da mão de obra e a adequação do espaço de fábrica à produção massificada, sempre acompanhada pelo controlo de qualidade (Almeida, 2015, p. 17).

Assim, entramos num período onde a produção industrial procura introduzir novos materiais, novos processos, acompanhando a emergência dos mercados em ascensão.

Em 1971 realiza-se a 1ª Exposição de Design Português (fig. 9-11) que permitiu relançar a atividade e os objetivos de promoção do design industrial em Portugal. Ficava para trás a ideia “romântica” da estética industrial, surgindo a visão sistémica dos arquitetos e dos designers industriais (Almeida, 2015, p.89). Sendo o Design uma disciplina recente, na Europa e em Portugal pouca é a produção teórica sobre esta disciplina.

No entanto, em 1975 um grupo criado pela UNIDO (*United Nations Industrial Development Organization*) para refletir sobre o “Design para a Industrialização” recomenda o seguinte: (Almeida, 2015, p. 31)

“O design tem de ser prático e preencher uma necessidade;
O design tem de funcionar;
O design tem de ser produzível (técnica e economicamente);
O design tem de se relacionar com uma procura (mercado);
O design deve gerar lucro;
O design deve ser atrativo;”

A institucionalização do Design revela-se ainda inexistente, sendo a prática em design adquirida em contextos profissionais, através do contacto com atelier, agências e figuras exemplares de design e arquitetura.

Esta experiência permitiu o reconhecimento dos benefícios de uma prática projetual disciplinada. Algumas fábricas pioneiras aproximaram o design à produção industrial e à produção em série, desenvolvendo em conjunto as noções de produto (Almeida, 2015, p. 41).

A primeira geração de designers contribuiu para a difusão de práticas assentes na experimentação e autocritica, assentes numa perspicaz atenção da produção estrangeira, seja em estética, avanços tecnológicos ou replicando formas e técnicas passíveis de manufatura, aplicadas aos recursos nacionais disponíveis.

O séc. XX é marcado pelo aparecimento de novos materiais que naturalmente iriam alterar a indústria.

O aparecimento dos polímeros (materiais plásticos) alterou completamente a perceção comum das capacidades dos materiais.



“Uma caçarola de plástico contradiz a compreensão vulgar do que o plástico é e de como se comporta: teme-se que derreta” (Dormer, 1995, p. 59).

O Design desenvolve produtos com novos materiais que permitem incluir características mais vantajosas comparados com os materiais existentes, como o metal. O plástico é mais acessível de produzir, tem múltiplas capacidades e utilidades e permite uma maior massificação.

Já na atualidade Eva Gonçalves, designer de comunicação enaltece a nova geração de designers, que afetados pelas crises nacionais “responde com otimismo”, numa publicação no nº2/3 da revista PLI, com o título *Optimismo full-time, design em part-time. Um olhar sobre o design contemporâneo português entre gerações*.

“(…) a falta de bons clientes e bons projetos nos quais trabalhar, esta geração de designers responde com otimismo. (...) Se não existe trabalho para esta geração de designers, são agora estes que o criam, segundo as suas regras e os limites que escolhem impor. E promovendo-o como podem.” (Gonçalves, 2012 apud Bártolo, 2015, p. 11)

Na primeira metade da segunda década do século XXI, com a exposição *Revolution 99-09* podemos verificar como o Design é impulsionado pelas problemáticas nacionais, procurando constantemente por novas soluções, através das diversas tipologias, materiais e escalas dos produtos expostos.

Ligados à produção industrial podemos identificar aspetos de ordem social e económica, mas também culturais e ambientais, onde se junta a herança do fabrico artesanal com a lógica do pensamento projetual contemporâneo e os requisitos do mercado. (Bártolo, 2015, p. 83)

2.3 - GESTÃO DE PRODUÇÃO

A Gestão de Produção é a atividade que gere todos os recursos disponíveis dentro de uma empresa, trabalhando para preencher as necessidades de qualidade, tempo e custo dos seus clientes. Todas as organizações, com ou sem lucro, que geram algum valor para os seus clientes, são consideradas empresas com produção, mesmo que esta não seja produção fabril (Pasqualini et al., 2010, p. 9).

Os seguintes capítulos desenvolvem uma reflexão sobre a produção de uma forma generalista, identificando e caracterizando os principais intervenientes de todo o processo.



2.3.1 - SISTEMAS DE PRODUÇÃO

Geralmente um Sistema de Produção é caracterizado por um modelo de transformação *input-transformação-output*² (Slack et. Al., 2008 apud Pasqualini et al., 2010, p20) (Fig. 12) em que os *inputs* são chamados de fatores de produção ou variáveis de entrada que se transformam em bens, serviços ou os dois (Hito-mi, 1979 apud Carvalho, 2008, p.13).



Fig. 12 – Modelo de produção
Input-transformação-output
(Carvalho, 2008, p. 14)

Nesse sentido existem dois grandes grupos de sistemas de produção: os sistemas produtivos de bens e os sistemas produtivos de serviços.

Os sistemas produtivos de bens, ou produtos tangíveis, são os que no fim do processo produtivo produzem um produto com valor acrescentado resultante das transformações a que foi sujeito. Já nos sistemas produtivos de serviços, ou de produtos intangíveis, o cliente faz parte do sistema de produção, não existindo um produto físico no fim (Pasqualini et al., 2010, p.20). Esta classificação não é restrita uma vez que há sistemas produtivos de serviços que se intercalam com o sistema produtivo de um bem e vice-versa.

Um sistema produtivo no fundo é um conjunto de elementos que interligados permitem gerar um produto a partir dos fatores de produção. Estes fatores podem eles próprios serem considerados sistemas produtivos e por isso são chamados de subsistemas que fazem parte do sistema pretendido.

O sistema de produção deve ser dinâmico e permitir que as ligações entre os seus subsistemas possam ser alteradas conforme a exigência do exterior, permitindo-o acompanhar e adaptar-se ao mercado (Carvalho, 2008, p.14).

Para esta investigação é mais relevante estudar o sistema de produção de um bem ou produto, e por isso as seguintes reflexões incidem mais sobre o produto.

No plano da produção existem várias maneiras de a caracterizar, uma vez que os tipos de produção variam consoante o volume, variedade, variação e visibilidade da produção em questão, e podem alterar de produto para produto ou de empresa para empresa (Pasqualini et al., 2010, p. 24).

Groover (1987, apud Carvalho, 2008, p. 1) classifica os sistemas de produção de um produto de três maneiras diferentes considerando o volume da sua produção.

2. T.L.: “Entrada- Transformação- Saída”



A produção em oficina, a produção em lotes e a produção em massa. A produção em oficina é caracterizada por uma grande variedade e um volume baixo de produção, contrariamente à produção em massa, cuja variedade é pouca, mas o volume de produtos produzidos é elevado. Entre estes dois opostos temos a produção em lote, que se encaixa melhor nas exigências atuais do mercado, é uma produção caracterizada por alguma variedade de produtos a serem produzidos em pequenos lotes de volumes. O mercado pede uma quantidade considerável de produtos, mas continua a exigir o mesmo tempo de produção e a mesma qualidade em todos eles.

Hitomi (1979) classifica a produção por outros tipos: produção por encomenda ou inventário, a produção de produtos discretos e a produção por processo e quanto à quantidade de produtos produzidos classifica a produção como produção unitária, por lotes ou contínua.

Já a autora Ana Marques (1998, p. 18) caracteriza a produção interligando uma série de fatores, chegando a apenas dois tipos de produção: a produção contínua e a produção intermitente, sendo opostos uma da outra.

O tipo de produção é influenciado pela natureza do produto, pela sua sazonalidade e pelo processo tecnológico a que é sujeito, desde o seu manuseamento aos materiais utilizados.

A produção contínua é um modelo representado pelas linhas de montagem e de produção correspondente à produção em série. Caracteriza-se por um modelo de base standard, com um fluxo de produção contínuo, com maquinaria especializada e complexa, com entradas constantes e múltiplas unidades produzidas. Em oposição a produção intermitente caracteriza-se por uma produção esporádica ou por encomenda, com fluxos de trabalho simples e flexíveis.

2.3.2 - PRODUTIVIDADE

A produtividade é a medida de eficiência, ou seja, a relação entre o que se obtém e o que é necessário fornecer para se obter. Pode ser definida como sendo a razão entre o valor ou a quantidade de produtos que conseguimos obter e a quantidade de recursos que são usados para isso (Carvalho, 2008, p. 12).

A produtividade é “uma relação entre os *outputs* e os *inputs*” do processo de produção, diretamente influenciado pelos vários fatores de produção. Há um aumento de produtividade quando se consegue o mesmo *output* com menos valores de fatores de produção ou quanto os *outputs* aumentam face aos mesmos ou a menos fatores de produção (Marques, 1998, p. 13).

Num sistema de produção de bens os *inputs*, ou os fatores de produção, que determinam o processo produtivo são todos os fatores externos que envolvem o processo de produção, sendo eles os materiais, como as entidades de processamento, inspeção ou movimentação, a mão de obra, os meios diretos com que a empresa trabalha como a maquinaria e as ferramentas, os



meios indiretos, como os locais onde trabalha ou atua, a informação e a energia.

A informação é considerada o fator mais determinante para o sucesso ou insucesso da produtividade. É todo o conhecimento necessário para transformar os restantes fatores de produção, e pode ser dividida em dois tipos: a informação de dados que inclui informação de encomendas, clientes, estado de produção, e recursos disponíveis, ou seja, dados correntes de um sistema de produção.

E a informação referente aos métodos de processamento desses dados, ou seja, o conhecimento necessário para gerir todos os fatores de forma a conseguir um bom desempenho do sistema. A importância de cada fator de produção varia consoante o sistema produtivo (Carvalho, 2008, p.15).

Para além dos fatores de produção, que influenciam o processo de produção diretamente, existem outros fatores que contribuem para a produtividade de uma empresa.

Na componente da produção, existem factores específicos como a localização, o layout do espaço fabril, o dinamismo da produção, a organização da produção, que influenciam a produtividade e o fluxo de produção.

Numa empresa todas as áreas funcionais, ainda que procurem objetivos distintos, e todos os seus sectores têm de estar em concordância para um objetivo comum em prol de uma maior produtividade. A gestão de produção deve atuar junto de áreas como a área do *marketing*, a área financeira ou da contabilidade, a área de desenvolvimento de produtos e serviços – área do Design, os recursos humanos e a área de compras ou fornecedores (Marques, 1998, p. 15).

A ponte entre a produção e as restantes áreas de uma empresa passa pela gestão dos recursos de uma empresa e pode ser feita de diferentes formas, por exemplo usando o Planeamento e Controlo da Produção (PCP) que representa um dos fatores para uma boa gestão de uma empresa, uma vez que deve ser o centro gerador das informações que são necessárias para as outras áreas da empresa executarem com eficácia as suas tarefas. (Pasqualini et al., 2010, p. 61)

Ou modelos como os que a autora Ana Marques (1998) apresenta - um modelo de decisão da política geral da área de produção (Fig. 13) e um modelo de questões essenciais (Fig. 14) - devem garantir a produtividade, qualidade e rentabilidade da empresa.

Estes e outros modelos auxiliam na gestão da produção de uma empresa. O essencial é cada uma encontrar o modelo e ferramentas que melhor se adequa à sua estrutura e produção.

3. T.L.: “Design assistido por computador”

4. T.L.: “Engenharia assistida por computador”





Fig. 13 – Modelo de decisão da política geral da área de produção (Marques, 1998, p. 17)

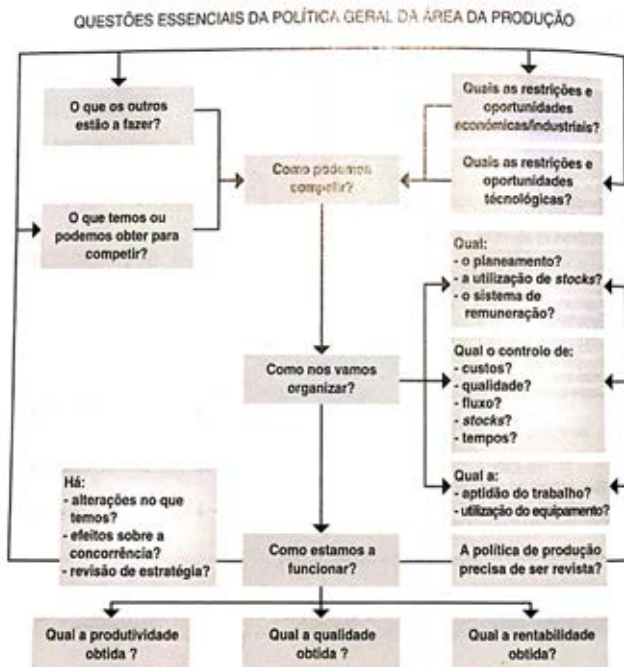


Fig. 14 – Modelo de Questões essenciais da política geral da área da produção (Marques, 1998, p. 18)



2.3.3 - TECNOLOGIAS

A atualidade é marcada pela Era Tecnológica e pela automação crescente em todos os sectores do mercado. O mercado é extremamente competitivo e para as empresas sobreviverem procuram modernizar-se e inovar através do uso das tecnologias de informação e automação.

Ana Marques (1998) previa que o desenvolvimento tecnológico que se fazia sentir no séc. XX, iria alterar a produção tradicional em que as empresas operavam, previa que a utilização de novos materiais, métodos de cálculo, a inteligência artificial e a visão assistida por computador iriam alterar significativamente o modo de atuar das empresas e o modo de projetar e fabricar produtos. Entre outros a automação permite obter um aumento de capacidade, permitindo às empresas aumentarem o seu poder de competitividade (p. 177).

Existem diversas tecnologias que podem ser aplicadas à área produtiva de uma empresa e que interessam particularmente para esta investigação. São softwares utilizados pelo designer e pelo técnico de produção, que auxiliam nos seus trabalhos e que os cruzam.

Entre elas o *Computer Aided Design* (CAD) ³ um sistema computadorizado que permite executar desenhos de projeto, auxiliando nas fases de pormenorização, e em análises técnicas. O CAD compreende a geometria de um produto e as interações entre elas permitindo avaliar características como as tensões, transferências de calor ou a dinâmica de fluidos, cruzando-se com o *Computer Aided Engineering* (CAE) ⁴.

O *Computer Aided Manufacturing* (CAM) ⁵ caracteriza-se pelo controlo de oficina, e faz a ponte entre o planeamento *Computer Aided Planning* (CAP) ⁶ a fabricação, e permite planear a produção, estabelecer requisitos de quantidades, *timings* ⁷ e capacidades de produção.

Estas tecnologias auxiliam tanto os designers em todo o processo de projeto, como o gestor de produção em gerir a área de fabrico.

Ainda assim o *Computer Integrated Manufacturing* (CIM) ⁸ integra todas estas competências num sistema inteiramente coordenado e controlado por um computador, em que a CAM estabelece ligação entre a fase de projeto e o desenho (CAD) (Ana Marques, 1998, p. 179).

O uso da tecnologia no processo de produção é certamente imprescindível, garantindo à maioria das empresas o seu sucesso e a capacidade de resposta ao mercado atual.

5. T.L.: "Fabricação assistida por computador"

6. T.L.: "Planeamento assistido por computador"

7. T.L.: "Tempos"

8. T.L.: "Fabricação integrada por computador"



2.3.4 - ERGONOMIA

A Ergonomia derivada de «*ergonomos*» do grego «*ergon*», que significa trabalho e «*nomos*» que significa leis. É a disciplina que analisa a atividade humana, de modo a compreender as interações que se manifestam entre o homem e o seu envolvimento existencial, focando-se nas interações quer se manifestem numa situação de trabalho quer durante as tarefas diárias.

Francisco Rebelo (2004, p.15) afirma que a qualidade destas interações depende da adequação entre o Homem, que possui determinadas características, e as exigências das tarefas que tem de desempenhar para utilizar um determinado produto.

Pasqualini et al. (2010, p. 51) acreditam que a conquista da qualidade (adequação a algumas especificações determinadas por fatores externos ao processo produtivo, como as exigências do mercado e/ou cliente) dos produtos e dos serviços produzidos por uma empresa e o aumento da sua produtividade só será possível com a garantia da qualidade de vida no trabalho, não só pela necessidade de conforto e segurança dos seus colaboradores, mas também para responder aos requisitos legais atuais e para se destacar da competição.

O processo de globalização obriga as empresas a serem mais competitivas e, portanto, a modernizarem as suas maquinarias, processos de produção e a qualificar e capacitar os seus trabalhadores, por isso é necessário também adquirir boas condições de trabalho, para que estes realizem o seu trabalho com conforto e eficácia.

Já Montmollin (1990, p.12) numa outra interpretação mais antiga, mas com uma pertinência atual para a investigação, fala-nos que a ergonomia pode atuar de duas maneiras perante situações de trabalho. Uma que centra o operador e que utiliza a ergonomia para melhorar as suas condições do trabalho, atuando nos produtos que utiliza, e outra que se centra nas atividades do operador, utilizando as suas capacidades para melhorar a situação de trabalho do operador. São duas correntes que se completam e que antecipam a visão de Francisco Rebelo.

Assim a Ergonomia como um todo visa promover a segurança, a saúde, e o bem-estar do utilizador/operador assim como a eficiência do sistema que o envolve, abrangendo tanto o seu conforto como analisando as suas interações, utilizando metodologias próprias desta disciplina.

O seu campo de intervenção é amplo, com maior relevância para esta investigação a Ergonomia do Produto e a Ergonomia do Trabalho. A primeira, disciplina que disponibiliza metodologias que permitem aos projetistas escolher estratégias de desenvolvimento de um produto numa perspectiva de Design Total. Abrange todas as fases de projeto, mas com intervenção focada para as fases iniciais do desenvolvimento de um produto (Rebelo, 2004, p.16).



Devemos considerar diversas características em diferentes níveis: humano, físico, ambiental, de comunicação e/ou informação, organizacional, e ainda avaliar as consequências para o sistema e para o homem, projetando para a boa interação de todos os níveis.

A Ergonomia do Trabalho pretende melhorar as condições de trabalho dos trabalhadores, devendo estar presente em todo o processo de produção, direta ou indiretamente, de modo a prevenir e evitar acidentes ou fadiga excessiva.

Devem ser consideradas características antropométricas, referentes a alturas, posições, inclinações e dimensões dos produtos a utilizar pelo operador, desde a consola à cadeira, características referentes ao esforço muscular, bem como considerar as intempéries e/ou o ruído, iluminação, e ainda as características humanas de cada operador (Montmollin, 1990, p. 21).

Num espaço de produção, a dificuldade aparece quando o “trabalho real” e o “trabalho prescrito” não correspondem, e uma sucessão interminável de situações não previstas acontecem, a ergonomia de um local de trabalho, ainda que planeada, não se adequa.

Montmollin (1990, p.29 e 30) acreditava que não é pela infinidade de imprevistos que acontecem num ambiente de trabalho que deve a ergonomia ser descorada, e por isso é impreterível que esta disciplina seja componente chave em todos os ambientes e empresas.



2.4 -SÍNTESE CRÍTICA

Desde cedo percebe-se que a Indústria, mundial e nacional, é de maneira geral impulsionada pelas grandes alterações sociais e políticas do país, em paralelo com a exigência dos clientes e mercados.

Por um lado, o crescimento económico proporciona o aparecimento de mais indústrias e com elas uma maior competitividade para o país, por outro influencia o envolvimento do cliente, que é cada vez mais conhecedor do mercado e exigente, quanto à qualidade, quantidade e valor dos produtos.

É perante esta dificuldade que surge o Design como a disciplina que compreende e interpreta as necessidades do cliente, mas que também compreende os objetivos e valores das empresas. O design pode ser uma disciplina integradora, que capacita a indústria com ferramentas, metodologias e conhecimentos inovadores que facilitem o processo de adaptação ao crescimento do mercado, garantindo que possa responder às expectativas do cliente.

“O design tem de ser prático e preencher uma necessidade;
O design tem de funcionar;
O design tem de ser produzível (técnica e economicamente);
O design tem de se relacionar com uma procura (mercado);
O design deve gerar lucro;
O design deve ser atrativo;”

UNIDO em “Design para a Industrialização (1975).

Esta interação entre o Design e a Indústria, permite às empresas otimizar a sua produção, através de metodologias coordenadas pelos designers que fazem a ligação entre o cliente e os factores produtivos. E entre o próprio designer e o técnico de produção.

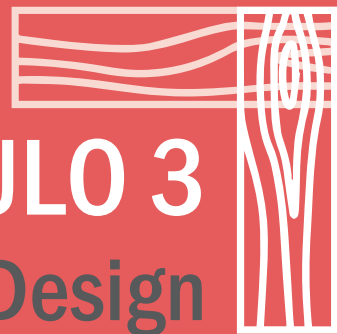
Existem várias ferramentas e modelos para o efeito, sendo que o essencial é adequarem-se à estrutura organizacional da empresa e corresponderem às suas necessidades, levando cada área e/ou departamentos a trabalhar em conjunto para um objetivo comum: aumentar a produtividade da empresa, garantindo a mesma qualidade em todos os produtos e/ou serviços.

Posto isto, verifica-se a pertinência desta investigação, que visa identificar e desenvolver ferramentas a partir do Design, para auxiliar e otimizar a produção das empresas.



CAPÍTULO 3

Empresa Original Spot Design





3.1 - NOTA INTRODUTÓRIA

Neste capítulo serão abordados tópicos que caracterizem e apresentem a empresa de estágio.

Explora-se a história da empresa, identificando os pontos de partida e a continuidade da mesma. Explora-se a sua área de intervenção e os seus clientes. Apresenta-se, brevemente, o seu portefólio e as várias metodologias de trabalho.

Contextualiza-se ainda a integração da mestranda na empresa.



3.2 - A EMPRESA

A empresa Original Spot Design foi fundada em 2007, por dois designers, Ricardo Bandeira e Cristóvão Campos, designer de Equipamento e designer Industrial, respetivamente.

Atuam no sector comercial, com foco em serviços de promoção e infraestruturas promocionais, na área da cosmética e perfumaria, como *stands*, lojas, vitrinismo, *merchandising*, mobiliário e pontualmente, eventos para marcas de renome deste sector.

Em 2007 começaram apenas com intervenção a nível do Design Gráfico, trabalhando essencialmente as decorações de loja.

O Design de Produto surge naturalmente por ser a área de interesse dos dois designers, paralelamente com alguns pedidos de clientes para execução de peças de decoração com necessidade de componentes do Design de Produto.

Rapidamente os clientes e as lojas onde eram implementadas estas decorações reconheceram a qualidade do trabalho.

Em paralelo aumentam os pedidos de manutenção do mobiliário em loja. Não eram peças desenvolvidas pela OSD mas os fornecedores originais não realizavam a manutenção das suas peças. É aqui que identificam uma lacuna do mercado: a falta de manutenção do mobiliário, pós implementação.

Rapidamente passam da empresa de manutenção ao desenvolvimento do próprio mobiliário, continuando a garantir a sua manutenção após implementação.

Por volta de 2009 que se começa a formar a equipa de produção de produto da OSD, e em 2012 contratam o primeiro Designer de Produto, só para desempenhar essa função.



Até então eram os 2 diretores que o faziam juntamente com todas as outras funções.

Atualmente a empresa está presente em todo o desenvolvimento dos projetos: estudos de mercado, pesquisa de casos de excelência, definição de conceitos, desenvolvimento e produção até à implementação.

Não só assegura toda a parte de equipamento, desde a criação à implementação do produto, mas também toda a produção gráfica que o acompanha, e posteriormente, a manutenção necessária ao longo do tempo.

Os principais valores da empresa são a otimização de recursos, a qualidade, a rapidez e a sua capacidade de inovação.

E procura sempre desenvolver as melhores soluções para os seus clientes, desde o processo criativo, à produção e implementação, considerando as características individuais de cada cliente e projeto.

3.2.1 - ESPAÇO DA EMPRESA

O espaço da empresa, trata-se de um espaço multifacetado, com a característica especial de incorporar a zona de escritório junto da zona de produção.

Funcionam em pisos diferentes, com o escritório em *open space*⁹ situado na zona superior e o espaço produtivo no piso de baixo, para maior facilidade de acesso e continuidade. Por sua vez este espaço divide-se em áreas de trabalho: corte, montagem, pintura e uma grande zona de acabamentos e armazenamento (fig. 15-22)



Fig. 15- Espaço da OSD (Fonte: autora, 2017)

9. T.L.: Espaço aberto. Termo que caracteriza espaços de trabalho contínuos, sem divisórias



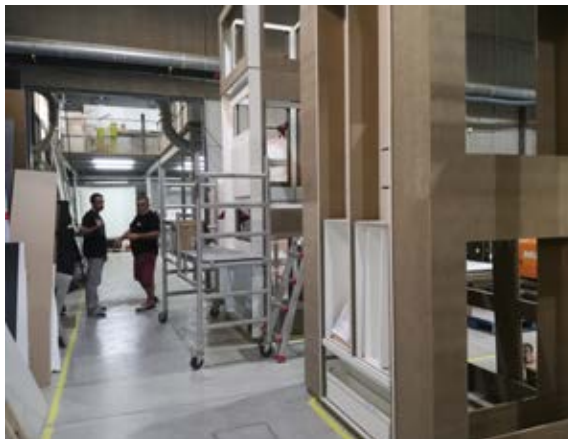
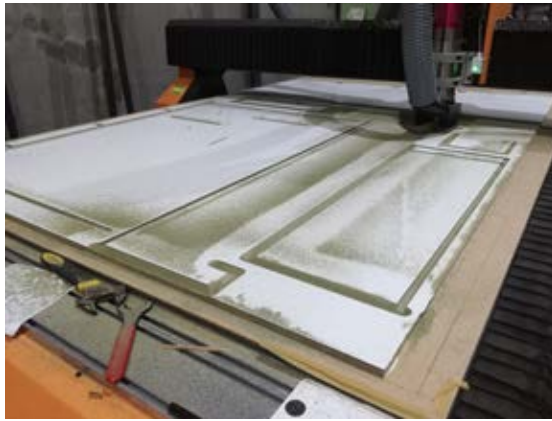


Fig. 16|22 – Espaço da OSD (Fonte: autora, 2017)

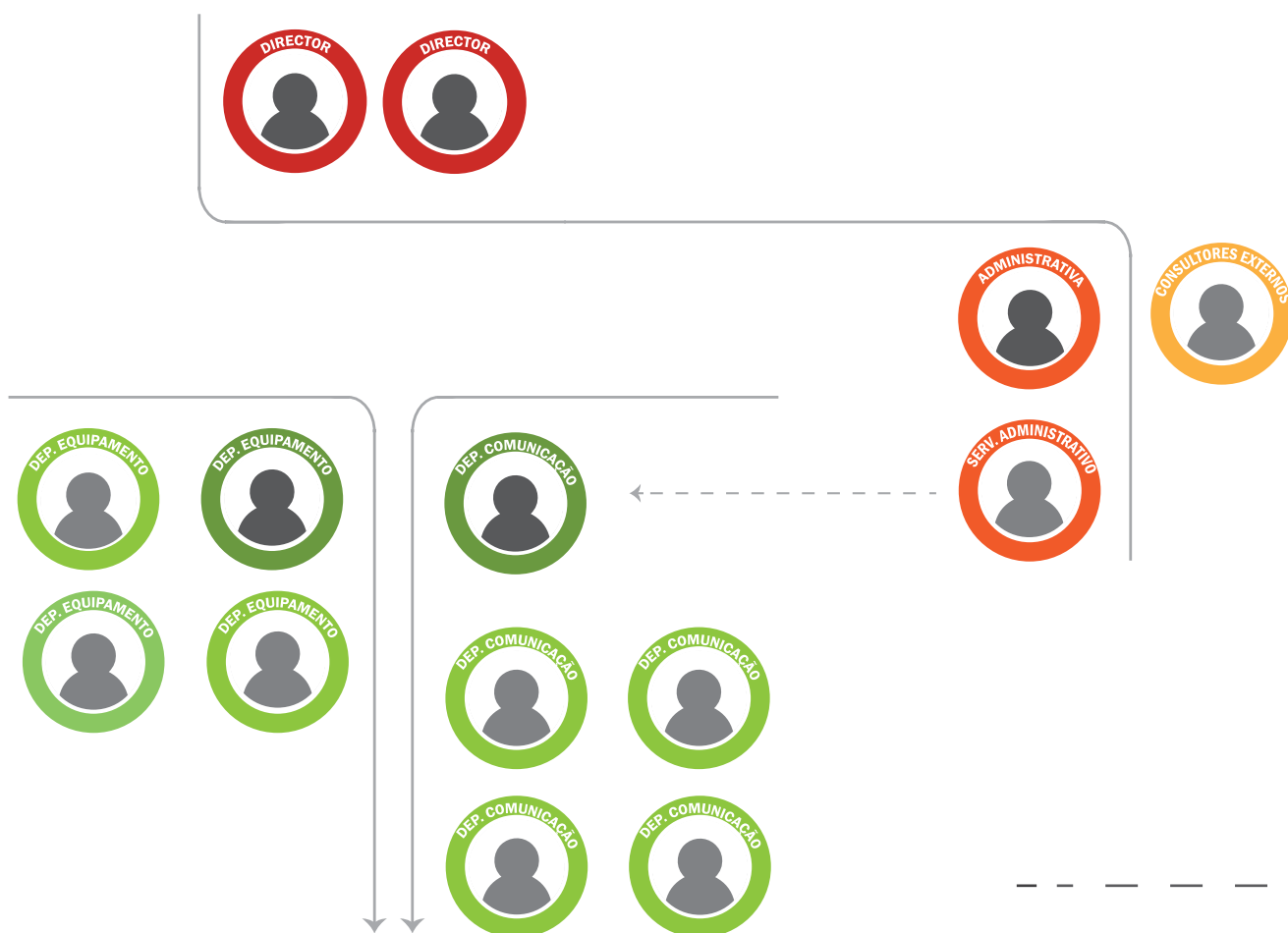


3.2.2 - ORGANOGRAMA DA EMPRESA

36 A OSD tem crescido significativamente ao longo do tempo, em 2007 eram apenas 4 pessoas, hoje contam com uma equipa de 46 colaboradores.

O organograma da empresa está organizado pelos três núcleos chave da empresa: o núcleo Administrativo, núcleo de Design e o núcleo de Produção, subdivididos pelos diversos departamentos e equipas da empresa (fig. 23).

O organograma mostra a complexidade organizacional da empresa, mas também a diversidade de equipas.



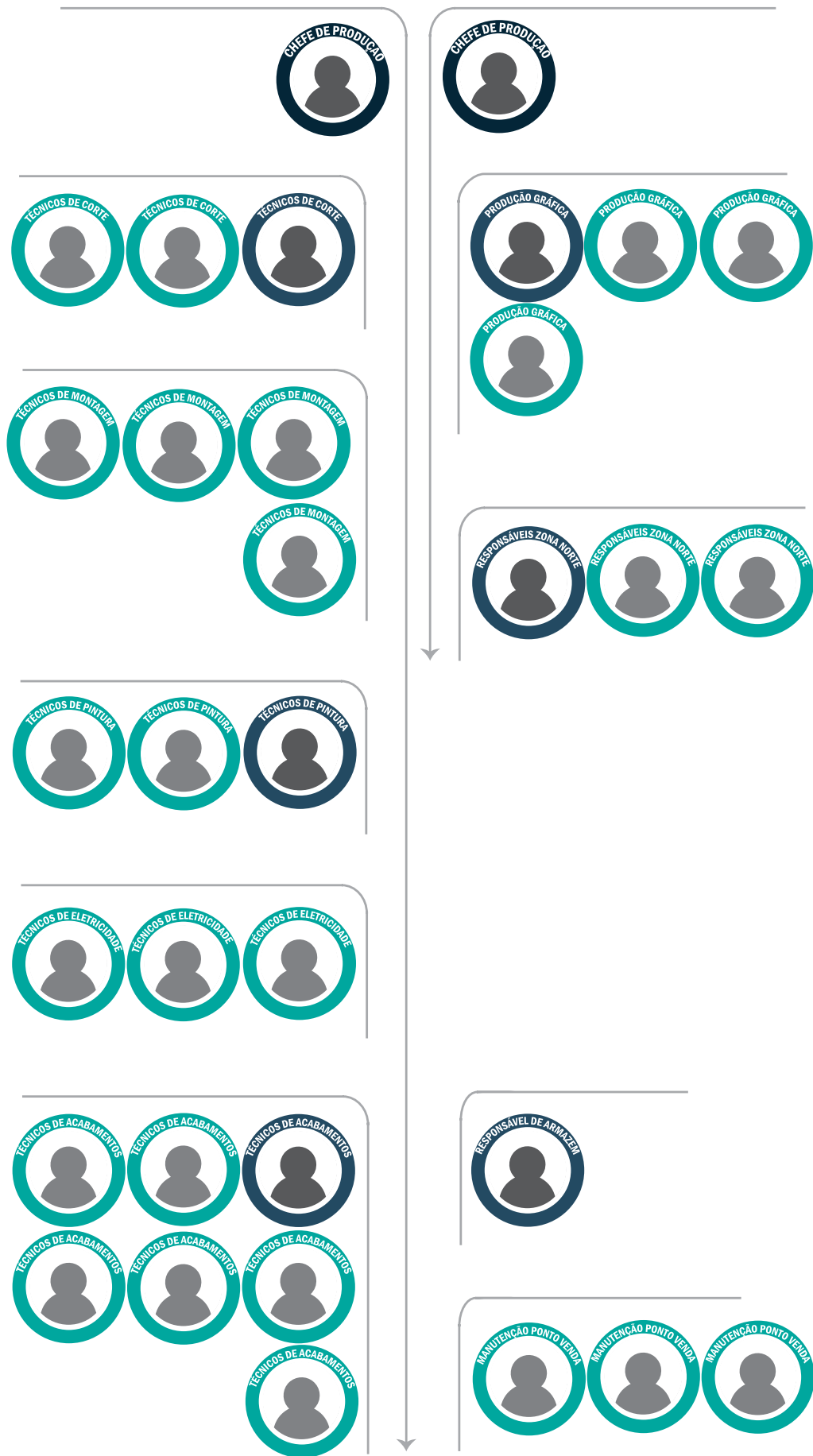


Fig. 23 – Organograma da empresa (Fonte: autora, 2017)



3.3 - CLIENTES E PARCEIROS

O mercado português de Perfumaria e Cosmética é considerado um dos mais rentáveis a nível mundial. Os portugueses consideram a estética exterior como uma prioridade, especialmente na faixa etária dos 20-40 anos; de facto 79% dos portugueses afirmam querer parecer com estilo em todas as situações quotidianas, e 85% afirmam que isso os faz sentir melhor consigo próprios (Carrillo D. et al, 2011, p.116 - 117). Assim independentemente do investimento económico que tenham de realizar os portugueses investem na perfumaria e cosmética e isso tornou este mercado bastante competitivo, tanto nas lojas de perfumaria como nos grupos comerciais.

Face a esta concorrência o investimento em serviços qualitativos para o cliente, na imagem e no ambiente de loja são estratégias adotadas pelas marcas para se revitalizarem e se destacarem do resto do mercado (Carrillo D. et al, 2011, p. 120 - 121).

Naturalmente este investimento levou ao crescimento da procura por indústrias portuguesas que trabalhem para este sector ao nível da produção de mobiliário, tal como podemos verificar pela remodelação e abertura constante de várias perfumarias por todo o país.

A OSD é das poucas empresas portuguesas que consegue responder perante este mercado desde o mobiliário específico, com características tão próprias, até à produção de imagem de todo o tipo.

Trabalha junto dos grupos de perfumarias que comercializam em Portugal e junto dos grupos que representam várias marcas de perfumaria e cosmética.

Os maiores grupos de perfumarias são a *Perfumes&Companhia* (P&C), de origem portuguesa, antiga Barreiros Faria, a *Douglas*, de origem americana, a *Sephora* e a *Marionnaud*, ambas de origem francesa.

Os maiores grupos de marcas que comercializam em Portugal são a *L’Oreal*, a *Puig*, a *Coty* e a *Socosmet*. Cada grupo representa várias marcas (tabela 1). Individualmente existem algumas marcas como a *Sisley*, a *Chanel* e a *BetterElite*.

A empresa acredita nos seus clientes como parceiros de trabalho procurando envolvê-los em todo o processo de projeto, através de processos de aprovação, com desenhos tridimensionais, e cadernos técnicos, e ferramentas de comunicação em que o cliente pode acompanhar a implementação do seu projeto.



GRUPOS | MARCAS

L'Oreal	Giorgio Armani Biotherm Biotherm Homme Cacharel Clarisonic Diesel Lancôme Ralph Lauren Viktor & Rolf Kiehl's YSL	Coty	Hugo Boss Bottega Veneta Calvin Klein Chloé Davidoff MIU MIU Escada Gucci Lacoste Lancaster Marc Jacobs
PUIG	Carolina Herrera Paco Rabanne Prada Jean Paul Gautier Penhaligon's Valentino Nina Ricci	Socosmet	Aramis Clinique DKNY Estée Lauder Glamglow La Mer Michael Kors Tom Ford Tommy Hilfiger Zegna
Luso Helvética	Arden Burberry Collistar Erborian Nexo Mavala (MAV)	Independentes	BetterElite Sisley Sensai Chanel CGD Clarins Lucia Piloto MAC
LHMV	Guerlian Dior Aqua Di Parma		
Arié	Dolce&Gabbana Shiseido		

Tabela 1 – Diagrama de Marcas. (Fonte: autora, 2017)



3.4 -PORTEFÓLIO

A OSD desenvolveu vários trabalhos de que se orgulha, nas diversas áreas em que atua. Uma vez que a produção da empresa é de grande volume, de forma a não estender este tópico optámos por identificar apenas os projetos marcantes do ultimo ano (2016-2017).

Produção de Stands

Um *stand*, “Recinto reservado a cada participante de uma feira ou exposição” ¹⁰ trata-se de um espaço característico do grupo *El Corte Inglés*, em que cada marca possui um espaço equivalente, que pode explorar e personalizar livremente.

A OSD produziu, entre outros, o *stand* da *Sisley* (fig. 24-26), da *YSL* e da *Giorgio Armani* para o *El Corte Inglés* de Gaia (fig. 27 e 28).

Estes *stand's* pretendem proporcionar ao cliente uma experiência completa de contacto com a marca, passando pelas diversas componentes deste mercado: tratamento, perfumante e maquiagem. A estética utilizada em cada stand deve transmitir o estilo de vida, valores e objetivos que a marca defende.

Cada peça de mobiliário, *merchandising*, pontos de publicidade ou até a iluminação são pensados ao pormenor para garantir não só o bem-estar do cliente, como a performance adequada para cada produto individualmente e em conjunto.

Para a empresa os *stand's* são produções com alguma complexidade devido à quantidade de mobiliário que os compõem, exigindo uma grande utilização de recursos.



10. *Stand*: in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, <https://www.priberam.pt/dlpo/stand>, 2017



Fig. 27|28 - Stand YSL e Giorgio Armani. (Fonte: <http://www.originalspotdesign.pt/osd>, acedido em 10/2017)



Fig. 24|26 - Stand Sisley. (Fonte: <http://www.originalspotdesign.pt/osd>, acedido em 10/2017)





Fig. 29|31- Remodelação Douglas.
(Fonte: <http://www.originalspotdesign.pt/osd>, acedido em 10/2017)

Mobiliário

Como mobiliário a OSD caracteriza cada equipamento que compõe as diversas lojas de perfumaria e cosmética. Em Março de 2017 a OSD participou na remodelação da loja *Douglas* no Colombo, em Lisboa, onde esteve presente com a produção e implementação de mobiliário para vários grupos, como a *Coty*, *Puig* e *L’Oreal* (fig. 29-31).

Para o grupo *L’Oreal* produziu uma *makeup station da Lancôme*, um espaço dedicado à experiência da maquilhagem que garantiu, com mobiliário qualitativo, um ponto de destaque em loja para esta marca. Esta peça é caracterizada pela sua visibilidade e presença em loja, com alguns pontos de interação que captam de imediato a atenção do cliente.

Outro exemplo distinto destas intervenções são as mais recentes implementações de ecrãs LED (fig. 32) permanentes em lojas do grupo *Sephora*. que com orgulho a OSD (2017) afirma:

“Após vários anos de experiência a trabalhar com tecnologia LED para eventos e espaços de loja temporários, colocámos um painel permanente com tecnologia LED 3.91 na Sephora do Colombo, potenciando desta forma a visibilidade da loja com a mais-valia de ter custos de manutenção bastante reduzidos face a outros equipamentos.”¹¹

Sendo esta uma tecnologia em expansão na área do *retail*, a OSD tem implementado mais ecrãs LED em lojas para este grupo, garantindo-lhe uma visibilidade eficiente e um ponto de destaque do resto dos grupos de perfumaria.



Fig. 32- Ecrã LED instalado na Sephora do Centro Comercial Vasco da Gama (Fonte: <http://www.originalspotdesign.pt/osd>, acedido em 10/2017)

11. OSD, acedido em <http://www.originalspotdesign.pt/osd>



Lojas

A OSD além da produção e implementação de peças individuais para cada marca, trabalha também junto das lojas de perfumaria, para as remodelações ou lançamentos.

Em Abril de 2017 esteve presente na apresentação da nova imagem da Perfumes e Companhia *“apresentando-se diferenciadora em layout, imagem e soluções de exposição de produto.”*¹² na nova loja do Atrium Saldanha, onde participou como parceiro na transição da imagem do grupo (fig. 33-36).

Além de acompanhar de perto a remodelação da própria loja para a nova imagem, produzindo e implementando mobiliário P&C, produziu e implementou a grande maioria do mobiliário para as marcas representadas neste espaço.

Para a OSD foi um projeto importante que permitiu idealizar e desenvolver mobiliários modulares que são posteriormente adaptados à marca a expor, permite assim uma recuperação de recursos tanto para a empresa na sua produção, otimizando tempos de execução, por parte dos designers e tempos de construção, para os técnicos, mas também para o cliente que tem garantido a versatilidade do mobiliário que está a adquirir.

Após várias remodelações de lojas P&C, com este novo *layout*, concluiu-se que esta metodologia é extremamente eficaz quando a empresa está a trabalhar na remodelação de várias lojas ao mesmo tempo, podendo prever e antecipar o mobiliário a produzir, amenizando falhas, atrasos e desgaste de recursos.



Fig. 33 | 36- Remodelação da loja P&C do Atrium Saldanha. (Fonte: <http://www.originalspotdesign.pt/osd>, acedido em 10/2017)

12. OSD, acedido em <http://www.originalspotdesign.pt/osd>





Fig. 37 - *Glorifier Lancôme* (Fonte: <http://www.originalspotdesign.pt/osd>, acedido em 10/2017)



Fig. 38- *Glorifier Prada* (Fonte: <http://www.originalspotdesign.pt/osd>, acedido em 10/2017)



Fig. 39|41- *Montra Viktor & Rolf*- Centro Comercial Colombo (Fonte: <http://www.originalspotdesign.pt/osd>, acedido em 10/2017)



Merchandising

Além das peças de mobiliário, a OSD produz e implementa peças de merchandising, denominadas como peças de promoção. Na maioria são peças que acompanham o mobiliário e pretendem expor o produto de forma destacada. São altamente personalizadas, trabalhadas e caracterizadas pela marca.

Pretendem mais uma vez expor estilos de vida, desejos e personalidades associadas ao produto exposto e à marca (fig. 37-38).

“A chave de sucesso passa por investimentos ao nível da publicidade e do marketing, por estudos cuidados de comportamento dos consumidores, por animações no ponto de venda e pela oferta de serviços de estética.” (Carrillo D. et all, 2011)



Fig. Personalizações Biotherm (Fonte: <http://www.originalspotdesign.pt/osd>, acedido em 10/2017)

Imagem

O departamento de gráfico da OSD tem uma grande intervenção na loja trabalhando na decoração e na comunicação. Produz e implementa os visuais das diversas marcas. Estes visuais estão presentes em loja através de imagens, forra alarques, *glorifiers*, ao nível do vitrinismo, entre outros, onde é possível intervir com o espaço da loja, destacando a marca e proporcionando ao cliente uma experiência diferente.

A OSD orgulha-se de ter produzido e implementado em 2016 a decoração de montra da *Viktor & Rolf* (fig. 39-41), na Perfumes e Companhia do Colombo em Lisboa. Esta loja tem um espaço próprio para estas intervenções onde foi possível recriar um recanto personalizado e trabalhado, que destacou a marca e o grupo *L’Oreal*.



3.5 - METODOLOGIAS DE TRABALHO

Como metodologias de trabalho a OSD utiliza várias ferramentas adequadas às características do seu trabalho e que de maneira geral se complementam umas às outras.

Estas metodologias visam otimizar a produção da empresa e coordenar da melhor forma os dois núcleos base, o núcleo de Design e o núcleo da Produção. Algumas destas metodologias refletem-se interna mas também externamente, através do contacto com o cliente.

Podemos representar estas metodologias como ações a longo e curto prazo, que auxiliam a empresa a atingir objetivos de longo prazo ou imediatos, respetivamente.

Para obter resultados a longo prazo a OSD, no início de cada ano, desenvolve objetivos mensais que são periodicamente avaliados e redefinidos, que pretendem promover a empresa externa e internamente, avaliar e melhorar a produtividade do trabalho desenvolvido.

A curto prazo, as metodologias adaptam-se a cada núcleo.

No núcleo de Design, além das metodologias base do design: conceito, projeto e execução, cada departamento (Gráfico e Equipamento) possui as suas metodologias de trabalhos, desde *moodboards* individuais e partilhados (fig. 42), reuniões semanais, calendários e planilhas (fig. 43), bem como base de dados pré-definidas, catálogos, entre outros.

Para comunicar com o núcleo de produção, principalmente o departamento de equipamento, utiliza calendários partilhados com o chefe de produção que permitem uma comunicação em tempo real de informações importantes, como as implementações e uma planificação de cada projeto. Todos os projetos são acompanhados por uma folha de obra (fig. 44), que visa descrever o produto e o seu modo de construção.



Fig. 42 - Moodboard (Fonte: autora, 2017)

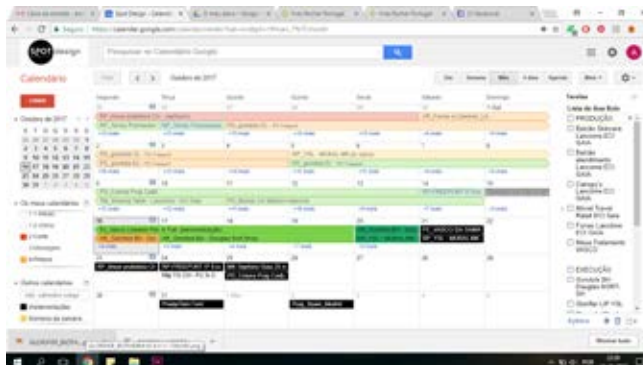


Fig. 43 - Calendário Partilhado (Fonte: autora, 2017)



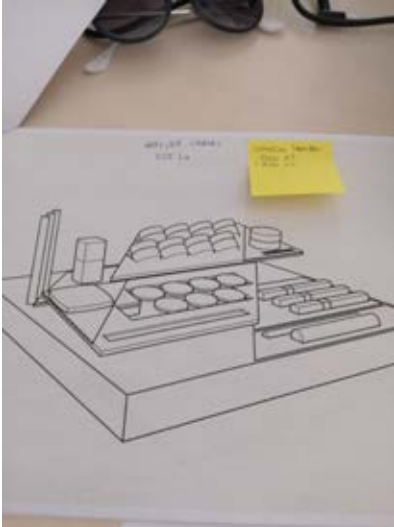
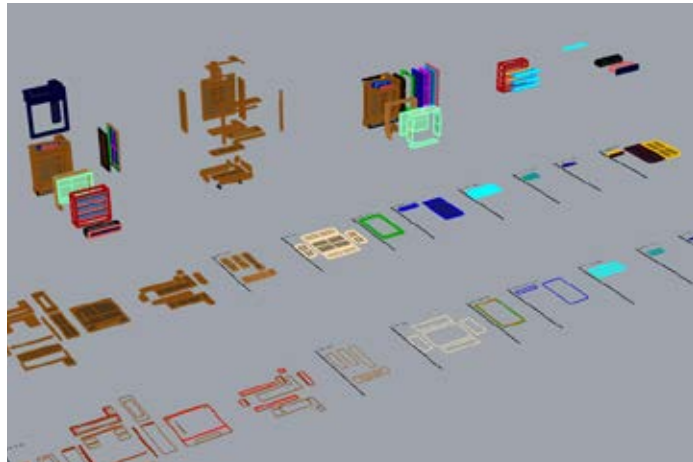


Fig. 44- Folhas de Obra (Fonte: autora, 2017)

Fig. 45- Processo de Execução (Fonte: autora, 2017)



O processo e planificação de cada projeto da área de Equipamento está faseado de forma a organizar cada fase da sua produção (gráf.1):

- **Projeto de Conceito**, onde a Equipa de Design de Equipamento ou Gráfico desenvolve pesquisa, discussão e planeamento do conceito e posterior maquetização por render e/ou desenhos técnicos – Equipa de Design;

- **Projeto de Aprovação**, onde em conjunto com o cliente as equipas de Design validam aspetos técnicos, medidas e processo de implementação. Após aprovação o designer planifica temporalmente as fases do projeto, prevendo tempos de produção e datas reais de implementação – Equipa de Design e Cliente;

- **Projeto de Execução**, período em que o designer desenvolve tridimensionalmente a peça com rigor, e a planifica para produção (fig. 45) – Equipa de Design;

- **Encomendas**, período em que o designer desenvolve cadernos de Encomendas e as realiza; - Equipa de Design;

- **Corte**, período de corte – Equipa de Corte;

- **Montagem inicial**, período em que se realiza a montagem das peças (fig.46). Para peças que exigem pintura, eletricidade e acabamentos este é um período de pré-montagem - Equipa de Montagem;

- **Pintura**, período de pintura - Equipa de Pintura;

- **Eletricidade**, período onde se desenvolvem as redes elétricas de cada peça – Equipa de Eletricidade + Acabamentos;

- **Acabamentos**, fase de assemblagem de todos os componentes – Equipa de montagem + Acabamentos;

- **Embalamento** e preparação para transporte - Equipa de Acabamentos;

- **Implementação** – Equipa de Implementações;



Fig. 46- Fase de montagem.
Linear para Viktor & Rolf



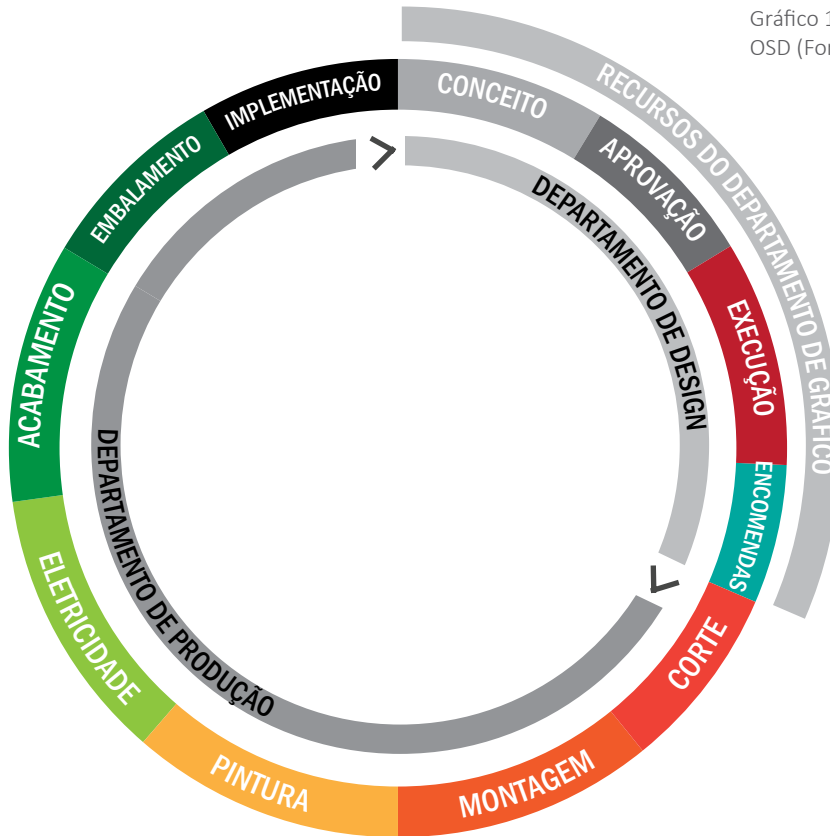


Gráfico 1 – Fluxo de Produção OSD (Fonte: Autora, 2017)

Com o cliente desenvolvem estratégias à base da comunicação constante, por email, reuniões mensais. Para as implementações a OSD tem desenvolvida uma plataforma que permite internamente controlar as rotas de implementações (fig. 47 e 48), e onde o cliente pode visualizar quando e como é que a sua peça foi implementada.

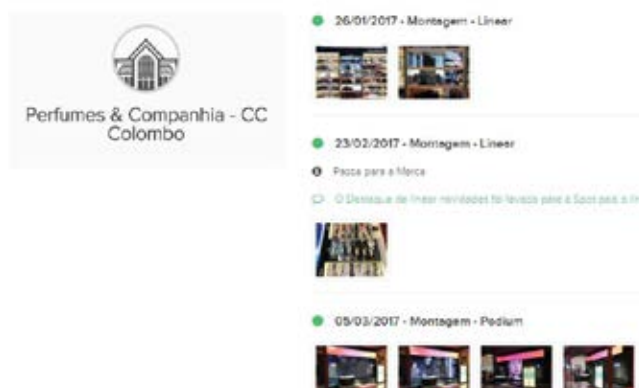


Fig. 47|48- Plataforma de Implementações OSD (Fonte: <http://www.originalspotdesign.pt/osd>, acessado em 10/2017)



Para a Gestão de Stock a OSD tem também desenvolvida uma plataforma de Armazém, que gere o stock de equipamentos desenvolvidos disponível.

Numa perspetiva critica analisando e trabalhando este processo, é possível verificar onde é que a produção da empresa está mais fragilizada.

Identificam-se dois fatores mais significativos:

No processo de execução a equipa de Design consome muito tempo a planificar todas as peças, atrasando muitas vezes a produção. No entanto é um trabalho que tem de ser feito com muito rigor, uma vez que a OSD trabalha com tecnologia laser e maquinaria de fresas. Um erro no projecto significa perda de tempo e rigor na produção.

No núcleo de Produção, a quantidade e a urgência de trabalho nem sempre é perceptível para as diferentes equipas. Registam-se equipas com picos de trabalho muito elevados contrariamente a outras, o que por vezes leva ao atraso na produção de peças que exigem mais trabalho de uma equipa do que outra. Também o grande fluxo de trabalho nem sempre permite a correta passagem dos vários projetos de equipa em equipa.

Nesse sentido verifica-se a importância em desenvolver ferramentas que facilitem a ponte entre as várias equipas de trabalho, desde o Designer ao técnico de Implementações.

Nos últimos dois anos a OSD cresceu significativamente e verificou-se a importância em adotar soluções organizacionais adaptadas às necessidades da empresa, que possam resolver ou fortalecer as fragilidades da equipa.

Assim decidiu-se desenvolver uma plataforma de produção que culminou numa ferramenta de comunicação, planificação e organização para toda a empresa, processo no qual a mestranda participou.



3.6 - SUPERVISOR DE ESTÁGIO

Um dos valores base da OSD passa pelo trabalho em equipa, e por isso os trabalhos/projetos apesar de terem um designer responsável são planeados, estudados e muitas vezes executados em equipa. Existe uma grande comunicação dentro de cada equipa e também entre equipas.

A equipa de Equipamento é liderada por um dos sócios da empresa, Designer Ricardo Bandeira e tem como *Project Manager* principal, o Pedro Duarte que organizam e dão o maior apoio ao resto da equipa, principalmente em fases iniciais como no caso da mestranda.

Neste contexto e apesar da definição de um supervisor de estágio, o designer Ricardo Bandeira, considerou-se que a supervisão aconteceu sempre com o apoio de toda a equipa de equipamento no desenvolvimento dos projetos e no decorrer desta experiência.

Toda a supervisão é feita num clima familiar, existindo uma passagem constante de conhecimentos, promovendo a aprendizagem através da execução. Toda a equipa assenta num grande parceria e cooperação.

3.7- INTEGRAÇÃO NA EMPRESA

Toda a equipa da OSD foi muito recetiva à chegada e participação de uma estagiária, colaborando sempre que possível, e passando todos os conhecimentos anteriormente adquiridos pela equipa. Todo o espaço, material e ferramentas da empresa foi colocado à disposição da estagiária para utilizar e explorar, o que contribuiu muito para o seu desenvolvimento profissional.

Como já referido o clima da OSD é um clima familiar, que assenta no trabalho em equipa e isso refletiu-se na receção da mestrada que foi integrada de imediato na equipa, ao nível de trabalho mas também ao nível do convívio mais pessoal (fig. 49 e 50).

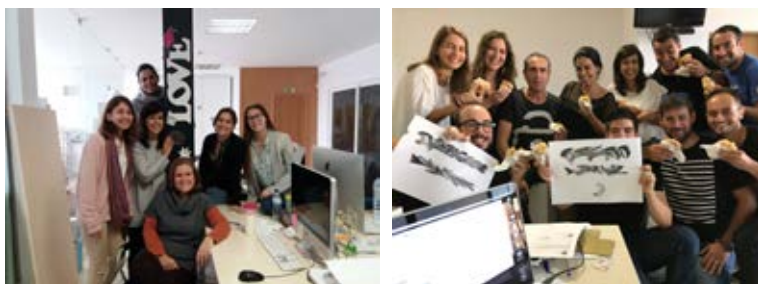


Fig. 49 | 50- Convívios OSD
(Fonte: autora, 2017)





CAPÍTULO 4

Estágio



4.1 - NOTA INTRODUTÓRIA

Este capítulo visa descrever todo o trabalho desenvolvido ao longo dos 4 meses de estágio na empresa Original Spot Design.

Numa primeira parte são apresentados em forma de calendário todos os trabalhos desenvolvidos, sendo posteriormente apresentados os 10 trabalhos considerados mais relevantes para este processo.

4.2 - PROJETOS




Durante o período de estágio foram realizados sensivelmente 30 projetos, dos quais 22 em que a mestrande foi a designer principal, 3 foram realizados em conjunto com a equipa de Design de Equipamento da OSD, 4 em conjunto com a equipa de Design Gráfico e 1 em parceria total das duas equipas.

Cada projeto está faseado em dois núcleos: Conceito, que enquadra o trabalho desenvolvido pelos designers, desde o conceito, à preparação do projeto para a produção e Produção, que corresponde ao tempo útil de produção do projeto.

Cada projeto com Conceito e Produção demora em média 3 semanas, uma de Conceito e duas de Produção.

Segue-se o calendário de projetos (tabela 2). Devido à sua dimensão anexa-se o mesmo no fim deste documento, para melhor visualização.

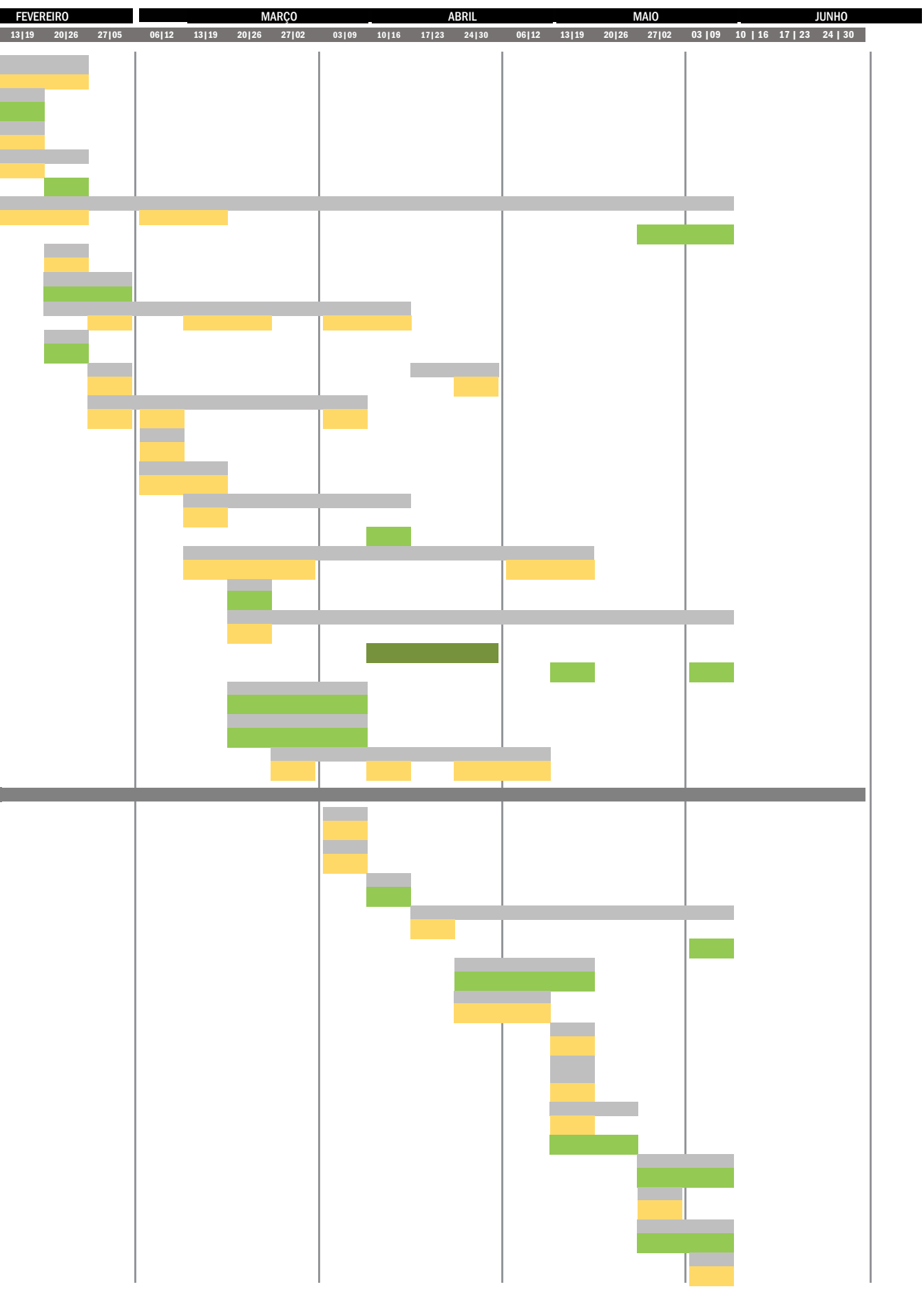
Legenda:

-  Tempo total do projeto
-  Tempo de Conceito do projeto
-  Tempo de Produção do projeto

DESCRIÇÃO				
Nº	CLIENTE	MARCA	PRODUTO	06 12
1	Às de copas	Rest. Bastardo	Balcão de Recepção e Bar	
2	Sephora	Atelier Cologne	Topo Gondola - ECI Lisboa	
3	Douglas	Douglas	Makeup Station	
4	OSD	Oficina	Suporte Fita Cola	
5	L'Oreal	YSL/Armani	Canopy - ECI Gaia	
6	L'Oreal	Biotherm	Canopy - ECI Gaia	
7	OSD	Escritório	Móvel Comunitário	
8	Às de Copas	Rest. Chakal	Instalação Artística	
9	Sisley	Sisley	Renovação Coluna - ECI Lisboa	
10	Coty	Coty	Podium Carrinho	
11	Douglas	DAFNI	Topo Gondola - Douglas	
12	L'Oreal	Ralph Lauren	Renovação Lineares Prateleira - P&C	
13	Chanel	Chanel	Coluna - P&C Atrium Saldanha	
14	OSD	Escritório	Peça Ar Condicionado	
15	L'Oreal	Lancôme	Lineares Tratamento - P&C	
16	L'Oreal	Viktor Rolf	Renovação Lineares Prateleira - P&C	
17	Sephora	Sephora	Acrílico para alarmes - Sephora	
18	Chanel	Chanel	Coluna Provisória - P&C Atrium Saldanha	
19	Dior	Dior	Coluna Provisória - P&C Atrium Saldanha	
20	Ducray	Ducray	Expositor	
INÍCIO PROJETO FINAL				
21	PUIG	Jumbo	Topo Gondola - Jumbo Alfragide	
22	P&C	G. Barreiros Faria	Makeup Station	
23	L'Oreal	Diesel	Lineares Prateleira - P&C	
24	CGD	CGD	Renovação Perfumaria - CGD Lisboa	
25	Sisley	Sisley	Tabuleiro - Marionnaud Restauradores	
26	Douglas	Douglas	Conceito de Loja	
27	Socosmet	Estée Lauder	Linear tratamento e make up - Selective	
28	SMC	SMC	Render - Wellis Oeiras	
29	Sephora	Sephora	Balcão Impulso	
30	Sephora	The Korean House	Canopy de Gondola - Sephora	
31	Chanel	Chanel	Hotspot - ECI Lisboa	
32	Sephora	Sephora	Mural Promocional	
33	Coty	Coty	Evento Interno	
33	P&C	P&C	Família Acessórios - P&C	

Tabela 2 – Calendário de projetos. (Fonte: autora, 2017)





4.3 - DESCRIÇÃO DOS PROJECTOS

A Original Spot Design tem uma grande afluência de projetos e trabalho, com uma duração média de 3 semanas, o que permitiu à mestrande ao longo dos 4 meses de estágio desenvolver e participar em sensivelmente 30 projetos, alguns de maior dimensão que outros.

Como tal optou-se por descrever e aprofundar os 10 projetos mais significativos para o crescimento da mestrande, nos quais foi a designer principal e com os quais mais conhecimento adquiriu. Esta escolha permite também mostrar a diversidade de projetos trabalhados durante os 4 meses.

Optou-se por organizar os projetos selecionados classificando-os em Projetos de Conceito, Projetos de Produção ou ambos, conforme calendário anterior.

4.3.1 - PROJETOS DE CONCEITO

Os Projetos de Conceito compreendem projetos em que a equipa OSD interviniu apenas ao nível do conceito.

PROJETO 1

Curiosamente o primeiro trabalho da mestrande foi fora do sector da área da perfumaria e cosmética. Por vezes surgem alguns desafios que permitem explorar outros campos do Design e desenvolver projetos com maior intervenção ao nível do conceito. Nesse sentido optou-se por expor alguns projetos onde a metodologia de conceito está fortemente presente, com fase de pesquisa e exploração diversificada de opções.

Cliente: Às de Copas, balcão + retro balcão para bar do restaurante Bastardo, em Lisboa.

Briefing: Foi solicitado um balcão para o Restaurante Bastardo em Lisboa, com zona de receção e de serviço. O cliente queria explorar várias ideias, incluindo sempre uma zona para copos suspensos e duas zonas: de bar e receção do cliente.

Tempo de execução: 4 semanas - Fase de Conceito - 4 versões

Descrição: O projeto desenvolveu-se em várias fases determinadas pelos vários *feedbacks* do cliente.

Na primeira proposta desenvolveu-se um conceito inserido na estética do espaço de intervenção, sobre o qual se realizaram algumas pesquisas de materiais, cores e conceitos.

O restaurante Bastardo tem um espaço muito diversificado, com várias cores, texturas, estilos e elementos, que em conjunto transmitem um espaço harmonioso e divertido (fig.51-53).



Fig. 51|53- Restaurante Bastardo

(Fonte: Google Imagens, acedido em 10/2017)





Fig. 54- Espaço a intervir (Fonte: Google Imagens, acedido em 10/2017)



Fig. 55 - Inspiração de materiais (Fonte: Google Imagens, acedido em 10/2017)

Estudou-se também o melhor local no restaurante para colocar o balcão considerando os fluxos de passagem entre a entrada e a receção do cliente (fig. 54).

Desenvolveu-se uma proposta replicando a linha de materiais utilizados no espaço, como as tábuas de madeira verticais (fig. 55) e o amarelo alusivo aos LEGOS. Com uma estética formal simples, que com diferentes níveis permitiu explorar a ideia de balcão bar e balcão de receção ao cliente (fig. 56 e 57).

Na segunda proposta de conceito, o cliente pediu que não se seguisse a estética existente no restaurante numa tentativa de se elevarem os padrões do mesmo, sugerindo a utilização de azulejos ou de padrões. Optou-se por seguir o que o cliente sugeriu, inclusive utilizar alguns padrões escolhidos pelo próprio.

Posteriormente o cliente solicitou uma versão formalmente diferente, com linhas curvas, uma zona de cabides, um espaço para guarda-chuvas e uma instalação com um conjunto de chávenas, copos e pratos. Ainda que fora da zona de especialidade da empresa, foram desenvolvidas algumas propostas nesse sentido (fig. 58-60).

Análise crítica: Foi um processo complicado uma vez que o cliente não tinha uma ideia definida do que pretendia para o espaço, além disso acreditamos que a estética solicitada não se enquadrava no espaço do restaurante. Ainda assim foram desenvolvidas várias propostas e sendo o primeiro projeto, permitiu a mestrandia cruzar de forma agilizada as metodologias académicas com as profissionais, adaptar-se aos softwares utilizados pela OSD e adquirir mais conhecimentos sobre renderização que foram essenciais para a sua futura autonomia.



Fig. 56|60- Conceitos desenvolvidos- Balcão (Fonte: autora, 2017)



PROJETO 8

O seguinte projeto trata-se do mesmo cliente, mas para um espaço de intervenção diferente. Mais uma vez estamos perante um projeto com bastante espaço para a criatividade, onde fomos desafiados a explorar a forma e o imaginário.

Cliente: Ás de Copas, instalações desenvolvidas para o restaurante do *Chakall*, em Lisboa

Briefing: Foi solicitado o desenvolvimento de duas peças de decoração para dois espaços do novo restaurante do chefe *Chakall*: instalação de uma árvore alusiva ao imaginário, à natureza com um toque de magia, com luz, livros e folhas que flutuam e se transformam ao longo da sala de refeições do restaurante. E instalação de um candeeiro “gigante” em formato de livro para o bar do restaurante. Os dois conceitos deviam interligar-se, uma vez que a sala de restaurante permite aceder ao bar. O cliente pretendia transformar as folhas da árvore, em pontos de luz que se transformariam em livros numa estante mágica. A estante seria o portal mágico para o bar.

Tempo de execução: 4 semanas - Fase de Conceito - 1 versão

Descrição: Foram desenvolvidas propostas para cada instalação, de uma forma muito superficial para perceber a intenção do cliente, face à experiência anterior. Além disso era importante perceber as escalas e estética pretendidas uma vez que se tratavam de grandes decorações. As propostas foram bem recebidas pelo cliente a nível formal uma vez que correspondiam às expectativas, acabando por não avançar devido ao custo elevado (fig. 61-66).

Análise crítica: O desenvolvimento destas propostas foi um desafio para a mestranda, pois tinham alguma complexidade de modelação e renderização. Existia uma grande preocupação relativamente à hipótese de produção destas peças, uma vez que são peças de grandes dimensões e que seriam instaladas em áreas com muito movimento. O projeto acabou por não se realizar.

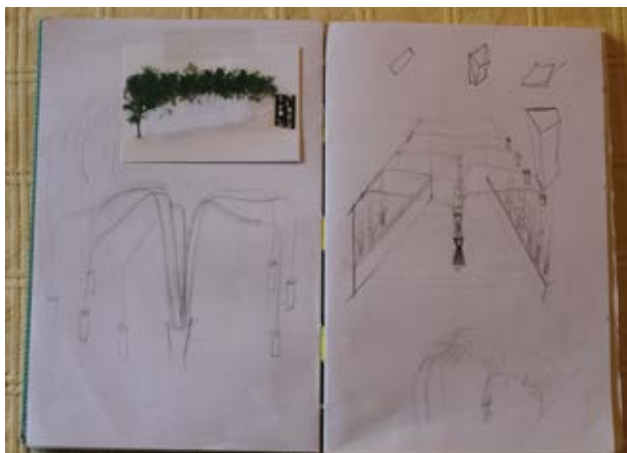


Fig. 61|64- Conceitos desenvolvidos - Árvore Mágica (Fonte: autora, 2017)



Fig. 65|66- Conceitos desenvolvidos - Livro (Fonte: autora, 2017)





Fig. 67 | 68- Conceitos desenvolvidos- Podium 1 (Fonte: autora, 2017)



Fig. 69 | 73- Conceitos desenvolvidos- Podium 2 (Fonte: autora, 2017)

PROJETO 10

Como descrito anteriormente a empresa trabalha com vários grupos que representam várias marcas de perfumaria e cosmética. Cada marca tem uma identidade, estética e valores diferentes pelo que é importante quando trabalhamos com o grupo projetar equipamentos com versatilidade.

Este projeto é um bom exemplo deste caso, em que trabalhamos com o grupo *Coty*, que representa simultaneamente marcas como a *Hugo Boss*, uma marca com uma estética clássica e *Escada*, uma marca com um estilo mais divertido.

Ciente: *Coty*, podium modular para diversas marcas.

Briefing: Foi solicitado à empresa o desenvolvimento de um conceito para um podium carrinho, para promoção de várias campanhas das diversas marcas do grupo *Coty*.

Pretendia-se um carrinho móvel, para que as operadoras de loja conseguissem circular com ele, e com espaço de arrumação para o decorrer das campanhas.

Tempo de execução: 1 semana – Fase de Conceito – 2 versões

Descrição: Inicialmente desenvolveu-se um conjunto de podium carrinho, qualitativo e generalista, de cor neutra, com espaço de arrumação num dos lados – gavetas e porta - sistema de rodas e pega para fácil deslocação, colocação de focos de luzes superiores, e algumas peças de exposição de produtos que podem se colocadas e retiradas conforme a decoração desejada (fig. 67 e 68).

O cliente aprovou a volumetria, mas solicitou uma reformulação do conceito inicial para um carrinho que se transforme formalmente conforme a marca a expor. Idealizou-se então um carrinho composto por 3 módulos principais, um central e dois adicionais que podem ser trocados (fig. 69-73).

Análise crítica: Este projeto permitiu explorar uma vertente mais modular, pouco usada neste sector. Permitiu explorar soluções construtivas enriquecedoras, uma vez que a montagem e desmontagem deveria ser acessível ao técnico de implementações da OSD. Considerou-se também a mobilidade do cliente, e a possível interação do carrinho com o espaço da loja.

Apesar de até à data o projeto não se ter desenvolvido, conseguiu-se um resultado satisfatório.



PROJETO 26

Para o parceiro *Douglas*, com quem a OSD mantém uma longa relação de trabalho, foi solicitado o desenvolvimento de um novo conceito para as lojas do grupo, sobre o qual se definiu um conjunto de mobiliário que a empresa poderá produzir permanentemente para o grupo.

Este projeto foi desenvolvido em conjunto com a equipa de Design de Equipamento OSD.

Cliente: Marca *Douglas* – desenvolvimento de novo conceito de loja.

Briefing: Foi solicitado o desenvolvimento de um novo conceito de loja, bem como um conjunto de equipamentos obrigatórios em loja que se inserissem nesse conceito: Castanheiras, Pirâmides, Linear novidades, exclusivos e top, balcão de atendimento, linear perfumante + GPS perfumante, linear tratamento, *backwall* tratamento, e gondola de tratamento. O novo conceito devia ser acessível financeiramente para o grupo, ainda que alterando um pouco a estética da loja, sem necessitar de remodelações completas.

Tempo de execução: 2 semanas – Fase de conceito - 2 versões

Descrição: Após muita pesquisa visual e formal de bons exemplos de práticas do grupo *Douglas* e de outras fontes de inspiração, desenvolveu-se um *moodboard* (fig. 74 e 75), que permitiu germinar uma estética que se adequava aos valores da marca.

A *Douglas* procura atingir um patamar mais alto de vendas, procurando um público-alvo socialmente mediano, como tal contem-se nos custos associados à implementação de novo mobiliário *Douglas* em loja.

Com tais premissas em mente decidiu-se explorar um conceito relacionado com a planilha de cores a utilizar, uma vez que uma intervenção a este nível não estão associados custos altos (fig. 76 e 77).

A cada cor associou-se as principais zonas de loja: cor da marca, maquilhagem, perfumante e tratamento, e exploraram-se pontos específicos que sem grande intervenção na loja proporcionassem um *refresh* à sua estética.

Foram desenvolvidas várias maquetes, e uma apresentação final posteriormente apresentada aos clientes (fig. 78-83).

Com apreciação positiva, é possível que a empresa desenvolva o conceito apresentado.

Análise Crítica: Foi um desafio desenvolver um conceito que reorganiza e renova o *layout* da *Douglas* com um orçamento disponível muito reduzido. Foi necessário maximizar a utilização de cada mobiliário para que o volume de vendas justificasse o custo de cada peça.

Bem como repensar várias vezes as metodologias de produção e os materiais a utilizar em cada mobiliário.



Fig. 74|75- Moodbord Douglas
(Fonte: autora, 2017)



A equipa OSD ficou satisfeita com o resultado, considerando que a proposta reorganiza o *layout* da loja, tornando o grupo e as suas lojas mais harmoniosas. As peças de destaque criam um ambiente renovado, e requintado, ainda que recorrendo a materiais menos nobres.

Estas peças com destaque foram apresentadas com algum receio, mas a equipa acredita que um Design interessante e justificado pode reeducar o cliente para opções mais realistas e rentáveis ao longo do tempo, ainda que com um custo inicial elevado.



Fig. 76 | 77- Planilha de cores proposta (Fonte: autora, 2017)

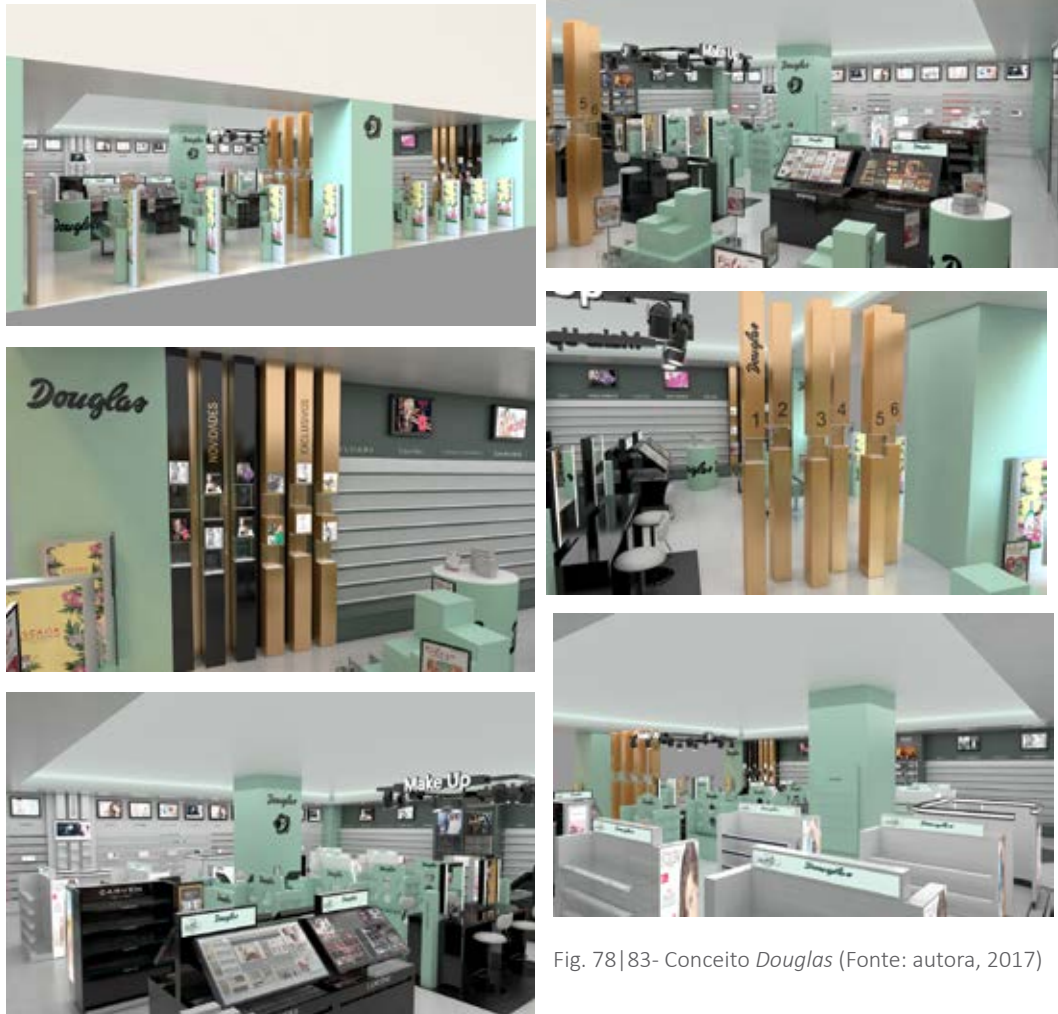


Fig. 78 | 83- Conceito Douglas (Fonte: autora, 2017)



PROJETO 15

Uma vez que as marcas com que a OSD trabalha são internacionais, existem estéticas que tem de ser mantidas independentemente do país de implementação. Assim, cada marca desenvolve *guidelines* universais e que a maioria das vezes, servem como regra estética, volumétrica e construtiva.

O projeto 15 foi escolhido para exemplificar como é que as *guidelines* estéticas de uma marca se devem refletir, e por demonstrar o tipo de trabalho que é possível desenvolver para um linear, além do conjunto normal de prateleiras. Cruzando vários componentes, em diversas *layers*¹³ é possível recriar o ambiente associado à marca, num linear forte esteticamente.

Cliente: *L'Oréal*, desenvolvimento de um conceito para linear de tratamento para a marca *Lancôme*.

Briefing: Foi solicitado uma reformulação do conceito de um linear que a empresa já tinha realizado para a *Lancôme*. Desta vez o cliente apresentava um *feedback* mais decidido, com elementos específicos a colocar.

Tempo de execução: 3 semanas - Fase de Conceito - 5 versões

Descrição: Pegando no trabalho anteriormente realizado, a mestranda reformulou o conceito dos lineares seguindo o *feedback* do cliente. Foram desenvolvidos alguns elementos de comunicação, como ícones, *glorifiers*, LCD's e caixas de luz, bem como um fundo com bastante destaque. Para a estética do linear foi seguido a *guideline* de um *stand* desenvolvido pelo internacional da marca: *Lancôme Printemps Haussmann*¹⁴.

É um conceito que possibilita muitas combinações, com muita elegância e requinte, acompanhando a estética da marca (fig. 84-876).

Houve uma comunicação razoável com o cliente, o que permitiu desenvolver conceitos muito próximos do que o cliente idealizava.

Análise crítica: Este foi um projeto disruptivo, que permitiu à mestranda explorar a criatividade numa peça que tem uma natureza muito simples.

Foram trabalhados e conjugados vários elementos da marca, com um resultado divertido e de destaque face aos restantes lineares em loja.



Fig. 84| 86- Conceitos desenvolvidos- Linear *Lancôme* (Fonte: autora, 2017)

13. T.L.: "Níveis ou camadas."

14. *Lancôme Printemps Haussmann*, é um conceito de estética desenvolvido pela marca *Lancôme*.





Fig. 87- Folha obra- TG *Atelier Cologne* (Fonte: autora, 2017)



Fig. 88- TG *Atelier Cologne* em produção (Fonte: autora, 2017)



Fig. 89- TG *Atelier Cologne* implementado em loja (Fonte: OSD, 2017)

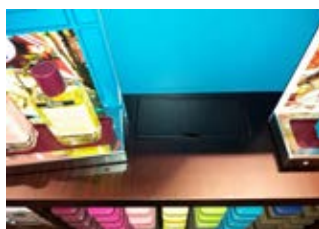


Fig. 90- Acesso projetado- TG *Atelier Cologne* (Fonte: OSD, 2017)

4.3.2 - PROJETOS DE PRODUÇÃO

Os Projetos de Produção compreendem projetos em que a equipa OSD recebe as *guidelines* construtivas da marca e apenas produz, sem intervir no conceito ou aprovação da estética.

Tal como explicado anteriormente, tanto para os projetos de conceito como de produção a empresa deve seguir as *guidelines* internacionais fornecidas pelas marcas. Estas *guidelines* podem ser estéticas ou técnicas e constituem um conjunto de regras, desde desenhos técnicos, às cores, e materiais a utilizar, o que vai limitar a intervenção da equipa de Design.

A maioria dos projetos de produção seguem as *guidelines* técnicas fornecidas, adaptando apenas o mobiliário ao espaço a implementar.

As técnicas construtivas são adaptadas à maquinaria da empresa.

PROJECTO 2

O projeto 2 foi o primeiro projeto desenvolvido pela mestrandia para o sector da perfumaria e cosmética e tratou-se de um topo de gondola (TG) para a marca *Atelier Cologne*.

Cliente: *Sephora*, topo de gondola *Atelier Cologne* desenvolvido para a loja *Sephora* do *EL Corte Inglês* de Lisboa

Briefing: A *guideline* recebida era extremamente detalhada, com desenhos técnicos cotados, indicações elétricas e gráficas. Foi um projeto sem intervenção no conceito, desenvolvendo apenas o projeto de execução para posterior produção.

Tempo de execução: 1 semana – Fases de Projeto e Produção - Desenvolvidas 2 versões

Descrição: Desenvolveu-se um TG para o espaço *Sephora* do *EL Corte Inglês* de Lisboa para a marca *Atelier Cologne*, do grupo *L’Oreal*. O TG é constituído por um espaço de exposição, espaço para *testers* e prateleiras de stock. Dispõem, ainda de uma grelha para personalização e estética da marca (fig. 87-89).

Ainda que tivéssemos uma *guideline* muito pormenorizada, detetámos a necessidade de projetar um acesso à parte elétrica a ser utilizado pelas operadoras de loja, uma vez que o TG incorporava uma peça mecânica que tinha de ser colocada e retirada diariamente (fig.90).

Análise crítica: Sendo o primeiro projeto com processo de produção da mestrandia, foi um projeto extremamente importante, com o qual foram adquiridos conhecimentos referentes às metodologias de produção da OSD, onde houve os primeiros contactos com a dinâmica do departamento da produção e onde se consciencializou as condicionantes e necessidades de um projeto desenvolvido pelo designer, mas construído por um técnico.



PROJETO 31

Este é um projeto que demonstra o desafio de adaptar *guidelines* aos métodos de produção da empresa.

Apesar de toda a estética ser definida pela marca, optámos por documentar este projeto pela complexidade de execução da peça, com bastantes especificações técnicas que têm de ser seguidas e mantidas pela designer.

Cliente: *Chanel*, desenvolvimento de um *hotspot* para a marca.

Briefing: Foi solicitado à empresa o desenvolvimento de um *hotspot* para a marca *Chanel*, seguindo inteiramente as *guidelines* fornecidas pela marca.

Tempo de execução: 1 semana – Fase de Projeto e Produção

Descrição: Seguindo as *guidelines* (fig. 91 e 92) foi desenvolvido o projeto de execução desta peça. O desafio, como em muitos produtos desenvolvidos pela OSD, foi transformar e executar esta peça para ser possível de produzir com as tecnologias e maquinarias da empresa, mantendo-se fieis às rigorosas *guidelines* recebidas (fig. 93-95).

Análise crítica: Como descrito anteriormente a complexidade deste projeto definiu-se pela necessidade de trabalhar as *guidelines* da marca de forma a ser possível produzir a peça com as tecnologias da empresa.

Estando também numa fase final do estágio, a supervisão sobre a mestranda da restante equipa diminui, e nesse sentido o projeto permitiu que a mestranda ganhasse autonomia de análise sobre a resolução do problema apresentado, afastando-a da zona de conforto com que estava familiarizada.

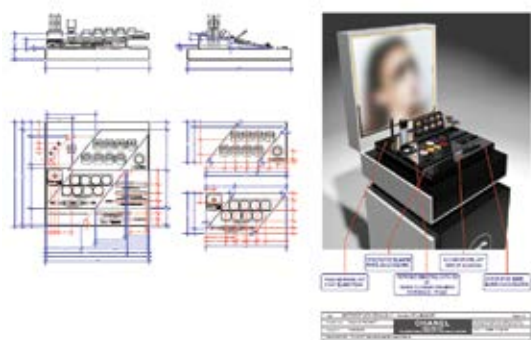


Fig. 91 - Folha obra *Hotspot Chanel* (Fonte: autora, 2017)

Fig. 92|93 - *Guideline Chanel* recebida (Fonte: autora, 2017)

Fig. 94|95 - *Hotspot Chanel* implementado em loja (Fonte: OSD, 2017)



4.3.3 - PROJETOS DE CONCEITO E PRODUÇÃO

Os projetos de Conceito e Produção caracterizam-se por passarem por todo o processo de Design de um projeto, desde a idealização à execução.

PROJETOS 5 E 6

Estes projetos caracterizam-se por passar desde o projeto de conceito, às encomendas, terminando com a implementação em loja. Optou-se por descrevê-los juntos considerando que todo o processo aconteceu junto e que estes *stand's* estão lado a lado no *El Corte Inglés* de Gaia.

Cliente: *L'Oréal*, *canopy's* desenvolvidos para a marca YSL e a marca *Giorgio Armani*, para o *El Corte Inglés* de Gaia.

Briefing: Foi solicitado à empresa um *canopy* conjunto para o stand que a YSL e a *Giorgio Armani* partilham no *El Corte Inglés* de Gaia. Era importante seguir as *guidelines* estéticas da marca e garantir o máximo de luz de forma a iluminar os moveis inferiores aos *canopy's*.

Tempo de execução: 4 semanas - Fase de Conceito – 6 versões

Descrição: Foram desenvolvidas várias versões de *canopy's* conjuntos (fig. 96-101), com destaque para a utilização de focos de luz direcionáveis para garantir a luz pretendida, e a visibilidade a partir de qualquer ponto da loja (fig. 102).

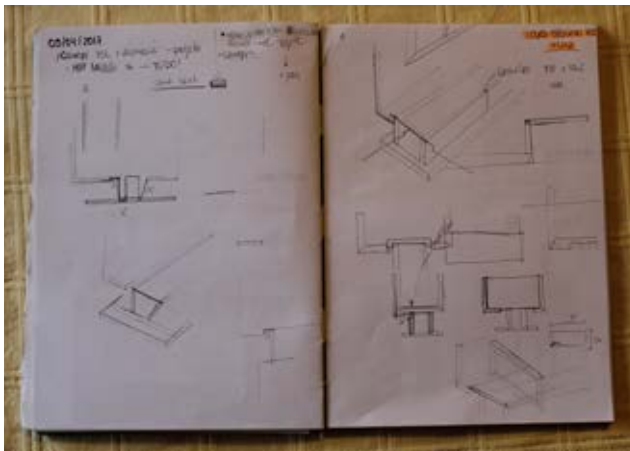


Fig. 96|97 - Conceitos desenvolvidos- *Canopys* (Fonte: autora, 2017)



Análise crítica: Foi um processo demoroso uma vez que nem sempre se conseguia corresponder positivamente às exigências do cliente e do local de implementação. Nesse sentido ao longo do processo de conceito foram desenvolvidas várias versões entre a empresa e o cliente. A aprovação final desta peça demorou vários meses.

O processo construtivo também foi exigente.

Tratou-se do primeiro “grande” projeto de produção da mestrande e como tal houve algumas retificações a fazer ao processo, ao nível da construção da peça, assim como ao método de comunicação entre o designer e os técnicos de produção.

Ainda assim foi um projeto muito importante para a mestrande pelos conhecimentos adquiridos, aprendendo com alguns erros cometidos, mas também com a sua interação com os técnicos de produção.

Foi também o primeiro contacto direto da mestrada com um cliente.



Fig. 98 | 101- Conceitos desenvolvidos- *Canopys* (Fonte: autora, 2017)



Fig. 102- *Canopys* implementados em loja (Fonte: OSD, 2017)



PROJETO 17

O seguinte projeto trata-se de uma peça especial, solicitada à empresa para resolver um problema prático em loja. Foi um projeto onde foi possível maquetizar e experimentar a sua utilização antes de se produzir para todas as lojas.

Cliente: *Sephora*, desenvolvimento de uma peça para comunicação superior nos alarmes à entrada das lojas *Sephora*.

Briefing: Foi solicitado o desenvolvimento de um conceito para uma peça acrílica, pequena e simples para colocar comunicação de alta rotatividade nos alarmes das lojas *Sephora*.

A comunicação seria em formato A4 ou menor, impressa na loja e colocada na peça pelas operadoras.

Tempo de execução: 2 semanas - Fase de conceito, execução e produção - 3 versões

Descrição: Foi desenvolvida uma peça em acrílico cristal/transparente que se encaixa nos alarmes, com tamanho útil de 24x24cm, para colocação de comunicação visual, e uma base que se encaixa e fixa no alarme.

Desenvolveu-se alguma pesquisa de estudo de mercado para perceber o que existia, uma vez que a empresa nunca produziu nada parecido.

Percebeu-se que com a tecnologia da empresa a peça teria alguma fragilidade em pontos de união, e por isso após aprovada a estética do conceito (fig. 103), seguiu-se uma fase de desenvolvimentos de protótipos onde foram estudadas algumas soluções de material para reforçar a união, como corte completo das peças na fresa ou corte para quinar que não quebra totalmente a peça mas permite a sua quinagem, estudos de espessura do material que influenciava o seu peso e equilíbrio, bem como técnicas para “aparafusar” a peça ao alarme (fig. 104).

Após os testes em oficina, levou-se a peça à loja para confirmar a sua performance (fig. 105) e ao cliente para aprovação final.

Estes protótipos permitiram desenvolver uma peça simples, funcional e com impacto positivo em loja. Atualmente estão implementadas em todas as lojas *Sephora* do país.

Análise crítica: Esta foi provavelmente a peça mais simples desenvolvida ao longo do tempo de estágio. No entanto foi uma peça onde foi possível protótipar, experimentando várias soluções de materiais e produção, antes de se passar para a produção em serie, o que a maioria das vezes não é possível.

Assim, chegou-se a um resultado bastante positivo, de uma peça simples que resolve um problema prático em loja.



Fig. 103- Conceito desenvolvido - Acrílico *Sephora* (Fonte: autora, 2017)



Fig. 104- Fase de testes - Acrílico *Sephora* (Fonte: autora, 2017)



Fig. 105 - Teste em loja (Fonte: autora, 2017)



PROJETO 33

Este projeto foi selecionado porque, apesar de não ter processo de produção física, foi um projeto em que a OSD idealizou e executou até apresentar virtualmente ao cliente.

Trata-se de um projeto que enriqueceu muito a mestrandia, no qual foi muito gratificante trabalhar, atingindo um resultado e experiência bastante satisfatória. Neste projeto a mestrandia não foi a designer principal, foi um trabalho desenvolvido em conjunto com toda a equipa de designers da OSD.

Cliente: *Coty* desenvolvimento de uma apresentação em realidade Virtual (VR) ¹⁵.

Briefing: Foi solicitado à empresa uma apresentação em VR para um evento interno da marca *Coty*, onde foram apresentados novas fragrâncias 2017 de diversas marcas.

Tempo de execução: 1 semana – Fase de Produção

Descrição: Este projeto tem características diferentes dos restantes projetos desenvolvidos pela OSD. Desta vez fomos desafiados a apresentar as maquetes visuais desenvolvidas para as novas fragrâncias *Coty* 2017 em realidade virtual, uma tecnologia moderna, mas nunca antes desenvolvida pela OSD.

Toda a equipa de Designers gráficos e de equipamento da OSD acompanharam este projeto, sendo desenvolvido em conjunto com as duas equipas. Numa primeira fase foi necessário desenvolver maquetes para aprovação das marcas, que foram posteriormente modeladas, trabalhadas e renderizadas por uma parte da equipa de equipamento, da qual a mestrandia fez parte. Previamente foram realizadas várias pesquisas sobre esta tecnologia, nomeadamente como renderizar em 360º, colocar cenários, e finalmente produzir os vídeos finais a apresentar (fig.106-108).

Análise crítica: Foi um desafio exaustivo que envolveu muito trabalho pela quantidade de maquetes a apresentar e por ser a primeira vez que a OSD desenvolveu esta tecnologia. No final produziu-se um resultado muito satisfatório e adquiriram-se conhecimentos que de outra forma não seria possível.

Nota: Por razões de confidencialidade não serão expostos detalhes dos cenários apresentados.

15. Realidade Virtual é uma tecnologia recente, de interface para o utilizador, capaz de transmitir uma sensação de realidade, enganando os nossos sentidos. É desenvolvido um cenário virtual, em que o utilizador o visualiza através de uns óculos de VR. Num cenário físico podem ser adicionados efeitos sonoros e táteis, que interagem com o utilizador, aumentando a sensação de realidade. (Fonte: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/09/o-que-e-realidade-virtual-entenda-melhor-como-funciona-a-tecnologia.html>, 10-2017)



Fig. 106- Projecto em desenvolvimento - VR (Fonte: autora, 2017)



Fig. 107|108 - Óculos de VR (Fonte: autora, 2017)



4.3.4 - PROJETOS DE REMODELAÇÃO

Optou-se por adicionar um tópico para projetos de remodelação de lojas por serem projetos com características diferentes dos anteriores, pela sua dimensão e complexidade.

O grupo Perfumes & Companhia reformulou em 2017 a sua estética e consequentemente irá remodelar muitas lojas, em que a OSD irá ter forte presença no desenvolvimento e implementação de vários mobiliários.

No período de estágio a mestranda teve a oportunidade de participar e assistir à primeira loja remodelada com o novo conceito da P&C, a loja no Atrium Saldanha.

Considerando a quantidade de remodelações P&C e o facto do layout deste grupo ser o mesmo para todas as lojas, a empresa decidiu sistematizar a construção dos lineares a implementar, tornando a sua produção mais acessível e de custo mais baixo. Foram desenvolvidos vários chassis para os diferentes equipamentos, posteriormente personalizados conforme as marcas a expor.

É sempre um período muito exaustivo uma vez que a empresa tem de garantir a produção de muito mobiliário de uma só vez, com qualidade igual de peça para peça, seja para as marcas ou para a própria loja. Assim todos os colaboradores participam no projeto, e a mestranda teve a oportunidade de desenvolver alguns mobiliários.

O grande fluxo de trabalho permitiu reforçar, aprender e reter várias questões construtivas uma vez que obrigava à repetição sistemática de produção. Ganhar ritmo de trabalho e metodologias de organização: no próprio mobiliário é necessário nunca esquecer vários elementos, bem como realizar encomendas, pedidos a clientes, sem nunca descorar o trabalho fora deste projeto.

A mestrada executou colunas provisórias para as marcas Chanel e Dior (fig. 109-113) - projeto 18 e 19.

O mobiliário provisório trata-se de peças temporárias em loja, e por isso com elementos básicos funcionais e materiais menos duradouros, apenas para recriar a estética do mobiliário permanente que será colocado à posteriori.



Fig. 109|110- Conceito desenvolvido- Coluna *Chanel*
(Fonte: autora, 2017)





Fig. 111- Produção coluna *Dior* - Fase de Montagem (Fonte: autora, 2017)

Fig. 112 | 113- Implementação em loja- Colunas (Fonte: OSD, 2017)



4.4 - SÍNTESE CRÍTICA

Sem dúvida todos os trabalhos desenvolvidos ao longo do estágio permitiram enriquecer imenso os conhecimentos da mestranda na área do Design de Mobiliário.

Desde a aquisição de conhecimentos de técnicas construtivas, à descoberta de novos materiais e tecnologias, à exploração de softwares de trabalho característicos da disciplina de Design, como o *V-Ray* – programa de *renders*, ou o *Photoshop* – editor de imagem, e o *Rhino* - programa de modelação 3D.

A mestranda adquiriu também ritmos de trabalho, bem como ferramentas organizacionais e de gestão.

Desenvolveu pensamento crítico de trabalho, capacidade de tomada de decisões e de resolução de problemas, mesmo em situações de maior pressão.

O estágio permitiu também consolidar as metodologias académicas adquiridas durante o curso, com as metodologias próprias do mercado de trabalho.



CAPÍTULO 5

Projeto Final





5.1 - NOTA INTRODUTÓRIA

Além do trabalho diário desenvolvido ao longo do período de estágio, houve um projeto que se destacou por se enquadrar nos objetivos deste processo investigativo. E por se considerar que houve um envolvimento positivo por parte da mestranda neste processo optou-se por destacar e desenvolver-lo mais, denominando-o de projeto final, desenvolvido no âmbito do estágio académico na empresa Original Spot Design.

Em conjunto com a equipa da OSD foi desenvolvida uma plataforma de gestão de produção, com o objetivo de cruzar e facilitar a comunicação entre os departamentos de Design e Produção, permitir planificar, organizar e gerir projetos, atribuir funções, gerir recursos e gerir a parte produtiva da empresa.

Esta necessidade surge face ao crescimento da empresa, e consequentemente ao crescimento do volume de trabalho e na necessidade de uma melhor gestão dos projetos e tempos de produção. Acredita-se que esta ferramenta irá trazer gradualmente benefícios ao nível da organização da empresa, ao nível da qualidade dos processos e também benefícios económicos, uma vez que será possível reduzir erros e consequentemente desperdícios.



5.2 - ESTUDO DE MERCADO

Antes de se considerar o desenvolvimento completo de uma plataforma para a OSD, a mestrandia realizou um estudo de mercado preliminar, utilizando a metodologia não-intervencionista de pesquisa¹⁶, com base em plataformas, e softwares com funções e objetivos idênticos, para se perceber as ferramentas e *layouts* mais utilizados e disponíveis no mercado.

Foram identificadas algumas plataformas com interesse que se organizaram numa tabela comparativa (tabela 3), identificando os serviços oferecidos por cada uma das plataformas.

Em paralelo a OSD realizou um levantamento interno das ferramentas e funções a incorporar na plataforma e mais tarde cruzou-se a informação retirada do estudo de mercado adicionando algumas funções ao levantamento. Alguns aspetos eram cruciais para a utilização de uma plataforma na OSD, entre os quais destacamos:

- Ligação com outros serviços internos;
- Calendário *Google*— Por ser uma das ferramentas já utilizadas na empresa; O calendário *Google* é um calendário com organização tradicional;
- Calendário *Gantt*, é um tipo de calendário que se apresenta graficamente em forma de barras contínuas e sequenciais;
- Hierarquização dos utilizadores, com diferentes permissões, e entradas correspondentes;
- Ações e *layouts* intuitivos no planeamento das tarefas;
- Ação de início e conclusão da tarefa;
- Possibilidade de gerar relatórios;

Deste exercício concluiu-se que a maioria dos softwares estudados eram bem mais complexos do que a empresa procurava – um software simples, intuitivo e eficiente, que se adequasse à produção e às metodologias de trabalho da empresa.

Também a maioria dos softwares comunicam com ferramentas e serviços exteriores, mas não permitiam à empresa cruzar as plataformas que já tem desenvolvidas. Nesse sentido, decidiu-se criar uma plataforma nova, totalmente personalizada e adaptada ao fluxo de trabalho da OSD e que permitiria criar uma rede de plataformas integrando as já existentes na OSD.

Recorreu-se a uma equipa de programação externa à OSD, com quem a empresa já havia colaborado.

16. Informação recolhida em: <https://www.teamwork.com>; <https://asana.com>; <https://www.zoho.eu>; <https://www.teamgantt.com/> durante o mês de Abril.







				
	Zoho	TeamWork	Asana	TeamGantt
Ligação c/ serviços externos	•	•	•	•
Ligação c/ serviços internos		•		
Restringir projetos/tarefas a um grupo de usuários.	•	•		
Hierarquização de utilizadores		•	•	•
Login por tipo de utilizador				•
Calendário <i>Gmail</i>		•	•	•
Calendário <i>Gantt</i>	•	•	•	•
Planeamento por tarefa + <i>milestone</i>	•		•	•
Tempos de execução	•		•	•
Gestão de Recursos	•		•	•
Indicação de excesso de trabalho	•	•	•	•
Fotos/Documentos	•	•	•	•
Comentários		•	•	•
Zona de <i>Chat</i>	•	•	•	•
Relatórios	•			•
Personalização			•	•
Filtros	?	?	?	•
Dependências	•	•	•	•
Comunicação com o cliente	•	?	?	?
Controle de horas por colaborador	•			

Tabela 3 – Tabela comparativa de plataformas.(Fonte: autora,2017)



5.3 - PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO

No processo de desenvolvimento reuniu-se uma equipa de colaboradores dos dois Departamentos de Design da empresa, do qual a mestrandia fez parte. Utilizaram-se metodologias práticas e de rápida tomada de decisão, uma vez que foi preciso gerir o tempo entre este processo e o trabalho diário na empresa.

Para o primeiro *draft*¹⁷ da plataforma, e após inúmeras reuniões, mapeou-se em formato *Microsoft Excel* as necessidades e funções pretendidas para a plataforma, organizando a hierarquia a utilizar, filtros e categorias. O mapeamento no *software Microsoft Excel* permitiu um rápido mapeamento de fácil leitura para todos os *stakeholders* envolvidos (fig. 114).

Durante este processo utilizou-se a versão trial da plataforma *Team-Gantt*, uma vez que foi a plataforma identificada no estudo de mercado como a mais próxima do que se pretendia.

Efetuaram-se alguns exemplos de planificação de projetos, para se perceber a interação entre os vários departamentos da empresa e entre cada tarefa e respetivo operador.

Após alguns meses de desenvolvimento foi possível aceder e testar a primeira versão da plataforma (fig. 115). Os testes permitiram identificar erros a corrigir, falhas nas sequências de ações, novas necessidades e identificação de estratégias para tornar a plataforma o mais intuitiva e *user friendly*¹⁸ possível. Foi também possível verificar se a plataforma correspondia às expectativas da equipa.

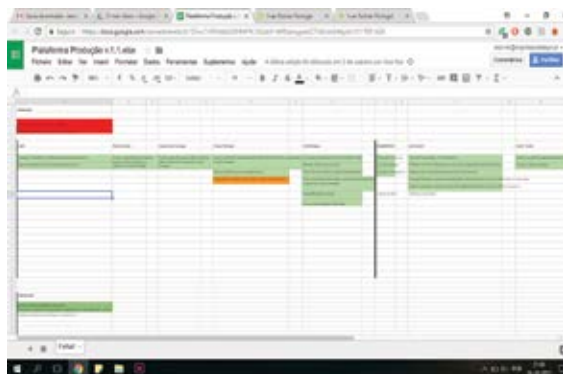


Fig. 114- Mapeamento em *Microsoft Excel* (Fonte: autora, 2017)

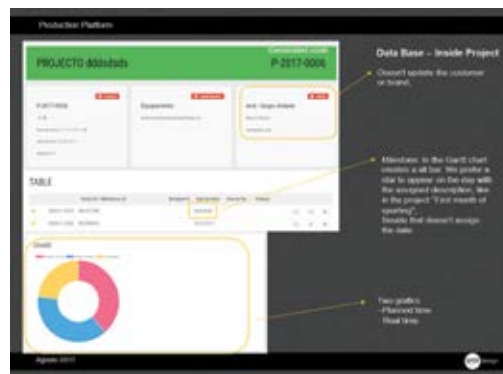


Fig. 115- 1ª versão da Plataforma de Produção OSD (Fonte: autora, 2017)

Todos os feedbacks entre a equipa OSD e a equipa informática foi realizada através de emails e reuniões, com documentos desenvolvidos, em Microsoft PowerPoint, pela mestrandia com o levantamento das alterações a realizar.

Nem sempre foi possível recriar tudo o que a equipa tinha em mente, por questões de limitações de programação, mas em todas essas situações foi possível chegar a um consenso entre a equipa da OSD e a equipa de programação.



Assim consideramos que o resultado desta parceria foi positivo e foi possível desenvolver uma plataforma muito próxima do que se pretendia.

Esta plataforma, para além da Gestão de Produção permitiu também à empresa estabelecer uma ordem e organizar alguns aspetos referente à sua base de dados.

A plataforma foi por isso um dos elementos chave que permitiu organizar uma base de dados. A partir dessa base de dados, foi possível desenvolver um código que acompanha todos os projetos, garantindo que cada projeto é facilmente identificado por qualquer colaborador.

Por fim foi necessário inteirar todos os colaboradores da OSD que vão utilizar a plataforma, constituindo eles, todo o departamento de Design, e no departamento de Produção os chefes de secção.

Foram realizadas sessões de formação onde se enquadraram as necessidades de uma gestão de produção, as expectativas face à plataforma, e os resultados esperados. Explicou-se o funcionamento da ferramenta e o objetivo e funcionamento de cada utilizador.

A mestranda desenvolveu ainda algumas ferramentas de apoio ao funcionamento da plataforma, como por exemplo um diagrama de clientes e marcas, de forma a que todos os envolvidos conheçam os clientes OSD, e uma tabela de Tipos, de forma a nivelar as categorizações dos tipos de produtos que a empresa desenvolve.

Depois de todo o processo de desenvolvimento desta ferramenta, considerando que nem tudo correu como a equipa planeou - tanto para melhor como para pior - sentiu-se a necessidade de compreender se as expectativas da equipa tinham sido correspondidas pelo que se desenvolveu um pequeno questionário a 4 dos 5 colaboradores envolvidos no processo.

Os questionários estão anexados neste documento e foram respondidos pelos diferentes departamentos da empresa: 2 diretores da OSD, 1 colaborador do Departamento de Gráfico, e 1 colaborador do Departamento de Equipamento.

Verificou-se que às expectativas face aos objectivos da plataforma não se alteraram significativamente no final de um pequeno período de utilização, mantendo-se o entusiasmo por uma ferramenta que poderá facilitar o planeamento e gestão de projetos e produção.

Os questionados acreditam que esta ferramenta irá trazer benefícios ao nível da organização de projetos da empresa, sejam eles pequenos ou grandes, de gráfico ou de equipamento, benefícios à qualidade dos processos e também benefícios económicos, uma vez que será possível reduzir erros e consequentemente desperdícios.

Consideram que será também uma ferramenta de análise para identificar falhas e problemas, permitindo melhorar os processos de organização da empresa.

17. T.L.: “Esboço”

18. T.L.: “Amigo do utilizador.” - Termo utilizado para quando algo é fácil e intuitivo de compreender e utilizar.



5.4 - PLATAFORMA DE PRODUÇÃO

Todo o processo de desenvolvimento desta ferramenta culminou numa Rede de Plataformas OSD, que cruza todas as plataformas atuais da empresa: Plataforma de *Planning* – rotas e implementações, Plataforma de Armazém, Plataforma de Produção e a Plataforma Financeira.

As plataformas de Produção e Financeira foram desenvolvidas durante este processo.

A plataforma Financeira permite criar orçamentos e associar-lhes projetos (desenvolvidos na plataforma de Produção) e funciona como “mãe” das restantes. Contém toda a base de dados importante da empresa: clientes, marcas, campanhas, parceiros, lojas, armazéns e tipos de trabalho, alimentando todas as outras plataformas.

A plataforma de Produção (fig. 116) visa gerir toda a produção da empresa OSD, planificando projetos e atribuindo-os aos recursos disponíveis: tarefas e operadores. Contém indicações de *workload*¹⁹, de início e conclusão de tarefas e tempos de execução. Permite adicionar fotografias e comentários e gerar pequenos relatórios de comparação entre tempos planeados e reais.

A plataforma subdivide-se em vários utilizadores com diferentes hierarquias e permissões, e as suas acções fluem consoante a sequência de tarefas e permissões.

Existem vários modos de visualização que facilitam a adaptação às diferentes metodologias de trabalho dos colaboradores (fig. 119-121).

Possui filtros que permitem escolher e acelerar o processo de pesquisa num dia-a-dia com inúmeros projetos e recursos.

19. T.L.: “Excesso de trabalho”





Fig. 116 – Plataforma de Produção (Fonte: OSD, 2017)

5.4.1 - UTILIZADORES



ADMINISTRADOR

Accede à base de dados;
Cria projetos;
Atribui projetos;
Edita projetos e etapas;
Planifica projetos;
Visualiza projetos e etapas;
Dá como realizadas etapas;



GESTOR DE DEPARTAMENTO

Cria projetos;
Edita projetos e etapas;
Planifica projetos;
Visualiza projetos e etapas;
Dá como realizadas etapas;



GESTOR DE PROJETO

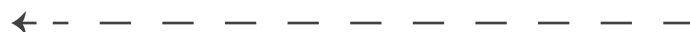
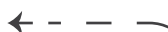
Cria projetos;
Planifica projetos;
Edita etapas;
Visualiza projetos e etapas;
Dá como realizadas etapas;



GESTOR DE TAREFA

Visualiza projetos e etapas;
Dá como realizadas etapas;





COMUNICA COM OS CLIENTES



- RECEBE PROJETO DO CLIENTE;



ADMINISTRADOR

- DESENVOLVE A BASE DE DADOS:
na plataforma financeira -
clientes, marcas, lojas, etc;
na plataforma de produção -
etapas dos projetos;

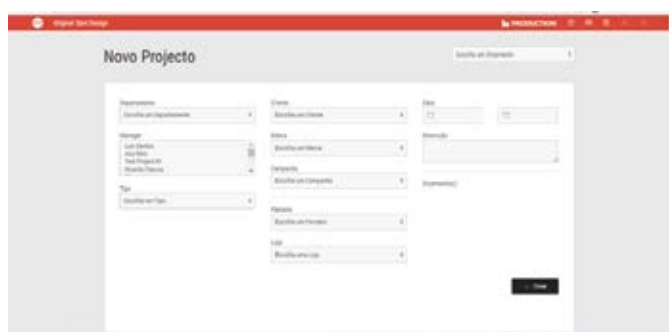


GESTOR DE DEPARTAMENTO

- CRIA UM PROJETO;
- ATRIBUI PROJETO A UM GESTOR
DE PROJETOS;

(Também pode planificar o
projeto, mas na pratica é o gestor
de projetos que o faz.)

O GESTOR DE DEPARTAMENTOS
ACOMPANHA TODOS OS PROJETOS



5.4.2 - MAPEAMENTO DA PLATAFORMA

O seguinte mapeamento visa ilustrar a sequência base de acções que acontecem na plataforma.

Além desta ferramenta, o processo de produção é acompanhado sempre pelo caderno e folha de obra, e são realizados alguns pontos de situação com toda a equipa.

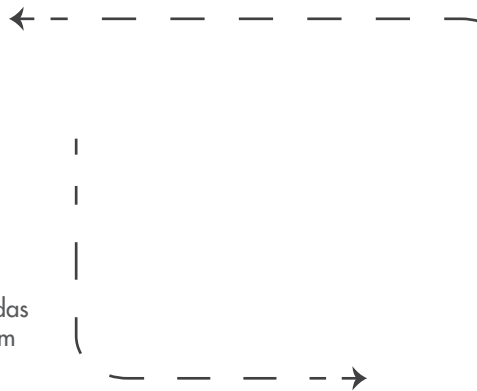
ACOMPANHA O DECORRER DOS SEUS PROJECTOS



GESTOR DE PROJETOS

- RECEBE O PROJETO;
- PLANIFICA O PROJETO;

(Tem sempre uma visualização das suas tarefas diárias - Existe assim uma comunicação mais rápida entre o Gestor de Departamento e o de Projetos)



GESTOR DE PROJETO RECEBE INDICAÇÃO DE INICIO E FIM DE ETAPA



GESTOR DE ETAPA

- IDENTIFICA TAREFAS DIARIAMENTE - Sabe o que fazer e com que prioridade;
- REALIZA ETAPA;
- INICIA E DÁ COMO REALIZADA A SUA TAREFA;



Task ID	Task Name	Status	Start Date	End Date	Duration
000001	Task 1	Completed	2023-01-01	2023-01-05	5 days
000002	Task 2	In Progress	2023-01-06	2023-01-10	5 days
000003	Task 3	Pending	2023-01-11	2023-01-15	5 days
000004	Task 4	Completed	2023-01-16	2023-01-20	5 days
000005	Task 5	In Progress	2023-01-21	2023-01-25	5 days
000006	Task 6	Pending	2023-01-26	2023-01-30	5 days
000007	Task 7	Completed	2023-01-31	2023-02-04	5 days
000008	Task 8	In Progress	2023-02-05	2023-02-09	5 days
000009	Task 9	Pending	2023-02-10	2023-02-14	5 days
000010	Task 10	Completed	2023-02-15	2023-02-19	5 days

000185-Esp_Lar_Est_Mob_Doa_Non_Sol - Curso [5]

Observações

Nome: _____

Email: _____

Observações:

- Gratidão (Comp)
- Qualidade (Qual)
- Pedro (Qual)
- San (Qual)
- Tiago (Qual)
- Algo (Qual)
- Qualidade (Qual)
- Tudo (Qual)
- Qualidade (Qual)
- Qualidade (Qual)

Salvar



Após o desenvolvimento da Plataforma, podemos comparar as funcionalidades desenvolvidas com o estudo de mercado na seguinte tabela:

Tabela 4 – Tabela comparativa da plataforma OSD com outras (Fonte: autora, 2017)

					
	Zoho	TeamWork	Asana	TeamGantt	OSD
Ligação c/ serviços externos	•	•	•	•	
Ligação c/ serviços internos		•			•
Restringir projetos/tarefas a um grupo de usuários.	•	•			
Hierarquização de utilizadores		•	•	•	•
Login por tipo de utilizador				•	•
Calendário <i>Gmail</i>		•	•	•	•
Calendário <i>Gantt</i>	•	•	•	•	•
Planeamento por tarefa + <i>milestone</i>	•		•	•	•
Tempos de execução	•		•	•	•
Gestão de Recursos	•		•	•	
Indicação de excesso de trabalho	•	•	•	•	•
Fotos/Documentos	•	•	•	•	•
Comentários		•	•	•	•
Zona de <i>Chat</i>	•	•	•	•	
Relatórios	•			•	•
Personalização			•	•	•
Filtros	?	?	?	•	•
Dependências	•	•	•	•	
Comunicação com o cliente	•	?	?	?	
Controle de horas por colaborador	•				

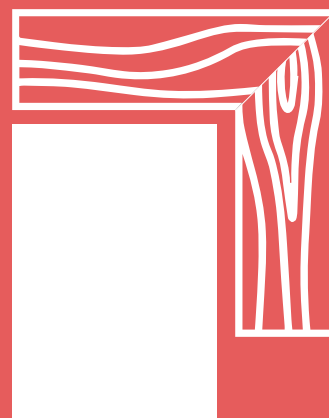
Atualmente a empresa utiliza a primeira versão completa da plataforma, com todos os utilizadores envolvidos e com projetos reais.

Certamente nos primeiros meses irá sofrer várias retificações, de forma a tirar o máximo partido desta ferramenta.



CAPÍTULO 6

Considerações Finais



6.1 - NOTA INTRODUTÓRIA

Terminamos este processo com as conclusões a retirar, e futuras recomendações face ao tema e ao estágio realizado na empresa Original Spot Design.

6.2 - CONCLUSÕES

Desde cedo conseguimos perceber que a indústria se altera e cresce diariamente. Esse crescimento gera uma onda de competitividade, e de solicitações de trabalho a que as empresas têm de ser capazes de responder. Um pouco mais tarde com o desenrolar do estágio, percebemos que o Design – para além das valências próprias da disciplina projectual - possui capacidades para entender o cliente, o mercado e os processos industriais. Assim juntam-se diferentes disciplinas, distintas à partida, mas com capacidades e ferramentas que em muito se podem completar.

Este processo investigativo assumiu como objetivo explorar a potencialidade do Design em auxiliar a produção nas empresas, tornando-a mais eficiente. Para tal incorporou-se este processo num estágio na empresa Original Spot Design, uma empresa de Design que produz o que idealiza e para isso conta com uma vasta equipa de design e produção. Em relação às questões de investigação, propõe-se as seguintes respostas:

Q.1 - Como pode o Design tornar a produção dentro de uma empresa mais eficiente?

Foi possível constatar, com base no enquadramento teórico desta investigação, que o Design tem trabalhado com a Indústria no sentido de desenvolver práticas de projeto e de manufatura que optimizem o trabalho da produção e consequentemente reduzam erros e desperdícios, tornando a produção mais eficiente.

O Design tem também capacidades de projetar estratégias a pensar no utilizador, considerando para isso a opinião e acções diárias dos colaboradores das empresas. Nesse sentido acredita-se que é capaz de desenvolver ferramentas compreensíveis por todos os utilizadores e que respondam às necessidades reais do seu trabalho diário.

Q.2 - Pode o Design capacitar as empresas com metodologias de gestão de produção mais eficientes?

Foi possível constatar, com base na metodologia utilizada nesta investigação, nomeadamente durante o período de estágio na

empresa OSD, que o Design pode ajudar a capacitar as empresas com metodologias de gestão de produção mais eficientes.

Foi possível verificar que as ferramentas que a Equipa de Design de Produto da OSD desenvolveu auxiliam e organizam a produção na empresa, com ferramentas que passam por calendários de planificação de projecto, a *moodboards* visuais do que se está a construir, a folhas e processos de obra que explicam e exemplificam a construção das peças. Estas ferramentas foram idealizadas e postas em pratica pela equipa de Design e cada caderno, planificação ou imagem é desenvolvida considerando sempre o operador.

Q.3 - Existem soluções de produção que otimizem tanto o trabalho dos designers como o dos técnicos de produção?

Também através da experiência de estágio e do projecto final desenvolvido foi possível constatar que existem ferramentas que podem auxiliar e interligar o trabalho destas duas áreas em empresa. Foi possível verificar que a plataforma desenvolvida para planificar todos os projetos da empresa faz a ponte/comunicação com a equipa de design e de produção da empresa, permitindo a todos gerirem e organizarem o seu tempo diário, bem como definir prioridades.

Acredita-se ainda que estas ferramentas, paralelamente com as ferramentas descritas anteriormente, vão diminuir os erros de comunicação entre as duas equipas, e consequentemente diminuir erros e desperdícios de produção.

Quanto ao projeto final desenvolvido existem várias conclusões a retirar. Não foi um projeto fácil de desenvolver e por em prática considerando que nem tudo correu da melhor forma.

Apesar do objetivo final deste projeto ser muito objetivo e claro para toda a equipa que o desenvolveu, acreditamos que só com o decorrer do processo de desenvolvimento é que se tomou consciência da complexidade e dimensão da ferramenta que se pretendia desenvolver.

Nesse sentido considera-se que a primeira abordagem à ferramenta, simples à partida, não permitiu transmitir ao programador a complexidade da utilização desta ferramenta. Acreditamos que teria sido melhor prática mapear logo desde o início o fluxo das acções, desde o administrador ao gestor de tarefa, percebendo as suas sequências e o que fazia sentido ou não acontecer, bem como perceber os modos de visualização ou como a ferramenta comunica com o utilizador de forma a torna-la o mais user friendly possível. O que está desenvolvido atualmente nem sempre permite reverter/melhorar vários aspetos essenciais ao bom funcionamento da plataforma, sem que isso signifique mais custos para a empresa.

Por outro lado, considera-se que teria sido importante, a certa altura, reunir com alguns elementos do departamento financeiro e de produção, de forma a também se poder mapear os fluxos dos seus utilizadores, de forma a que os seus acessos fossem o mais intuitivos possível, claramente diferentes dos acessos de designers e gestores de projetos.

No entanto acredita-se que com a continuação do processo será possível retificar estes aspetos, melhorando a plataforma. É já uma ferramenta imprescindível de trabalho na empresa, com a qual foi possível otimizar a base de dados da mesma, bem como tomar consciência das várias vertentes, referentes à planificação de projetos.

Por último é importante refletir como a oportunidade de desenvolver este estágio, na fase de conclusão dos estudos da mestranda, foi essencial para o seu crescimento como profissional na área do Design, por todos os conhecimentos adquiridos, e por ter permitido agregar, trabalhar e desenvolver todos os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura e do mestrado em Design.

6.3 - RECOMENDAÇÕES

A presente investigação pretendeu identificar como pode o Design trabalhar com a Indústria para tornar a sua produção mais eficiente.

Face ao trabalho desenvolvido na empresa Original Spot Design, que permitiu estudar soluções que otimizem tanto o trabalho dos designers como o dos técnicos de produção, identificaram-se várias estratégias de melhoramento do seu processo de produção.

Dentro do trabalho final desenvolvido, como já referido, para experiências futuras recomenda-se um maior exploração e mapeamento dos processos a desenvolver, nomeadamente das sequências e fluxos de ações, que se pretendem, e da forma gráfica e funcional de comunicação da ferramenta com o utilizador, de forma a que não só o objetivo final seja claro, mas também todo o funcionamento e processo, para todos os stakeholders envolvidos.

Recomenda-se ainda aos designers “vestirem” a pele dos diferentes técnicos de produção e vice-versa, permitindo através de uma maior empatia desenvolver ferramentas facilitadoras do processo de comunicação entre as duas áreas, uma vez que devem resultar da experiência de trabalho de ambas as áreas.

Através do mapeamento e utilização das metodologias de trabalho da empresa, nomeadamente ao nível da produção, identificou-se ainda que a equipa de Designers consome demasiado tempo na preparação da produção – ao planificar todas as peças para o corte nas ferramentas de fresagem - prejudicando por isso o processo de produção. Assim recomenda-se para futuras investigações, o estudo e verificação das potencialidades de software capazes de preparar o modelo 3D para o corte a laser, identificando se existem, ou não, vantagens para incorporar estes sistemas nas empresas de Design.

Para futuras investigações com caracter profissional inseridas em entidades de estágio, recomenda-se a tentativa e erro. Desta experiência foi possível perceber que sem tentar e errar, e tentar de novo, não será possível descobrir e propor novas soluções, novas técnicas e novas metodologias. Nesse sentido recomenda-se que se aprenda fazendo, errando, mas experimentado.

“Mais vale uma má decisão, do que não decidir de todo.”

Fernanda Rôlo

6.4 - DISSEMINAÇÃO

Para divulgação do processo investigativo, bem como os seus resultados e documento final produzido, propõem-se:

- Implementação da maioria dos projetos desenvolvidos durante o estágio;
- Existência de um período de tempo de experimentação da plataforma desenvolvida pelos colaboradores da empresa Original Spot Design;
- Possível apresentação da plataforma produzida a diversos profissionais da área do Design;
- A disponibilização de um diário de estágio que relata o decorrer de toda a experiência de estágio, bem como de todos os projetos desenvolvidos e metodologias utilizadas para a execução das tarefas.
- A disponibilização do relatório de estágio final com de todos os projetos desenvolvidos, metodologias utilizadas e conclusões retiradas de todo o processo, através da biblioteca da Faculdade de Arquitetura, a toda a comunidade académica e profissionais da área e acesso online para o publico externo.
- Apresentação publica da investigação realizada, com suportes visuais a toda a comunidade académica e familiares.

Elementos Pós-Textuais

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Almeida, V. M. (2015). *Design Português - 1960/1979*. Verso da História - Edição e Conteúdos, SA. .

Baltazar, M. J. (2015). *Design Português - 1940/1959*. Verso da História - Edição e Conteúdos, SA. .

Carrillo Durán, M. V. (2011). "Motivações para a compra de um perfume". *Revista Internacional de Gestão e Comunicação*, nº2.

Carvalho, D. d. (2008). *Introdução aos Sistemas de Produção*. Obtido de Departamento de Produção e Sistemas - Universidade do Minho .

Chapman, J. (2005). *Emotionally Durable Design - Objects, experiences and empathy*. Earthscan .

Domer, P. (1995). *Os significados do Design Moderno, a caminho do século XXI*. Centro Português de Design.

Fernanda Pasqualini, A. d. (2010). *Gestão da Produção*. Brasil: Editora Unijuí.

Marques, A. P. (1998). *Gestão da Produção - Diagnostico, planeamento e controlo*. Lisboa: Texto Editora, Lda. .

Montmollin, M. d. (1990). *A Ergonomia*. Lisboa: Instituto PIA-GET.

Norman, D. (1992). *Turn signals are the facial expressions of automobiles*. USA: Westview Press.

Rebelo, F. (2004). *Ergonomia no dia a dia*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

Santos, R. A. (2015). *Design Português - 1920/1939*. Verso da História - Edições e Conteúdos, SA. .

Souto, M. (2015). *Design Português - 1900/1919*. Vila do Conde: Verso da História - Edição e Conteúdos, SA.

BIBLIOGRAFIA

A INDÚSTRIA E O DESIGN

Almeida, V. M. (2015). *Design Português - 1960/1979*. Verso da História - Edição e Conteúdos, SA. .

Baltazar, M. J. (2015). *Design Português - 1940/1959*. Verso da História - Edição e Conteúdos, SA. .

Chapman, J. (2005). *Emotionally Durable Design - Objects, experiences and empathy*. Earthscan .

Domer, P. (1995). *Os significados do Design Moderno, a caminho do século XXI*. Centro Português de Design.

Norman, D. (1992). *Turn signals are the facial expressions of automobiles*. USA: Westview Press.

Santos, R. A. (2015). *Design Português - 1920/1939*. Verso da História - Edições e Conteúdos, SA.

Souto, M. (2015). *Design Português - 1900/1919*. Vila do Conde: Verso da História - Edição e Conteúdos, SA.

GESTÃO DE PRODUÇÃO

Carvalho, D. d. (2008). *Introdução aos Sistemas de Produção*. Obtido de Departamento de Produção e Sistemas - Universidade do Minho.

Fernanda Pasqualini, A. d. (2010). *Gestão da Produção*. Brasil: Editora Unijuí.

Marques, A. P. (1998). *Gestão da Produção - Diagnostico, planeamento e controlo*. Lisboa: Texto Editora, Lda.

ERGONOMIA

Montmollin, M. d. (1990). *A Ergonomia*. Lisboa: Instituto PIA-GET.

Rebelo, F. (2004). *Ergonomia no dia a dia*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

PERFUMARIA

Carrillo Durán, M. V. (2011). "Motivações para a compra de um perfume". *Revista Internacional de Gestão e Comunicação*, nº2.

GESTÃO DE DESIGN

- Best, K. (2006). *Design Management: Managing Design Strategy, Process and Implementation*. Lausanne: AVA Publishing S.A.

- Borja de Mozota, B. (2003). *Design Management: Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation*. Allworth Press.

- Sousa, B. (2012). *A Gestão do Design em português. Gestão do Design ou Design Holístico?*. Matosinhos: [s. n.]Dissetação apresentada à Escola Superior de Artes e Design

APÊNDICES

- 1 - PLANO DE ESTÁGIO
- 2 - CALENDÁRIO DE PROJETOS
- 3 - QUESTIONÁRIOS SOBRE O PROJETO FINAL DESENVOLVIDO

ANEXOS

- 1 - PROTOCOLO DE ESTÁGIO

APÊNDICE 1 - PLANO DE ESTÁGIO

PLANO DE ESTÁGIO

Estágio Académico na empresa Original Spot Design, Lda.

PROPOSTA DE ESTÁGIO ACADÉMICO | Curso de Mestrado em Design de Produto

Fevereiro 2017



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA



LISBOA

UNIVERSIDADE
DE LISBOA

1. Breve descrição da empresa

A empresa Original Spot Design foi fundada em 2007, por dois designers, Ricardo Bandeira e Cristóvão Campos, designer de Equipamento e designer Industrial, respetivamente. Atuam no sector comercial, com foco em serviços de promoção e infraestruturas promocionais, na área da cosmética e perfumaria.

A empresa trabalha com marcas de renome internacionais, por todo o território nacional, e ilhas, executando trabalhos de *stands*, lojas, vitrinismo, *merchandising*, mobiliário e pontualmente, eventos.

A Original Spot Design está presente em todo o desenvolvimento dos projetos: estudos de mercado, pesquisa de casos de excelência, definição de conceitos, desenvolvimento e produção até à implementação final do projeto em loja, envolvendo o cliente em todas as fases do processo de criação.

A empresa não só assegura toda a parte de equipamento, desde a criação à implementação do produto, mas também toda a produção gráfica que o acompanha, e posteriormente, a manutenção necessária ao longo do tempo.

Os principais valores da empresa são a otimização de recursos, a qualidade, a rapidez e a sua capacidade de inovação. A empresa procura desenvolver as melhores soluções para os seus clientes, desde o processo criativo, à produção e implementação, considerando as características individuais de cada cliente e projeto.

2. Tarefas a executar

Durante o tempo de estágio é esperado que a mestranda desenvolva tarefas como:

- Produção e acompanhamento de projetos variados, utilizando uma metodologia de pesquisa, exploração de conceitos, desenvolvimento 3D a partir do *briefing* recebido do cliente, preparação de projeto para a produção, acompanhamento de todo o processo de produção e implementação em loja.
- Execução de projetos que visam a manutenção de peças já implementadas em loja, bem como pequenos melhoramentos em peças já produzidas.

A mestranda é livre de acompanhar e participar em qualquer momento a produção dos seus projetos, o que lhe permitirá um contacto próximo com esta vertente do trabalho em Design.

É estimulado pela empresa o uso de plataformas de gestão de trabalhos, calendários, painéis de inspiração, partilha de ideias e reuniões diárias para discussão de projetos.

3. Proposta de estudo

A presente proposta pretende realizar um levantamento dos processos de produção dentro da área do Design de Mobiliário e Equipamentos utilizados por pequenas e médias empresas, identificando vantagens e/ou desvantagens e procurando perceber como pode o Design atuar para otimizar o trabalho – criativo e de produção – com o objetivo de melhorar a gestão dos recursos na empresa.

O estágio a desenvolver na empresa Original Spot Design irá permitir à mestranda uma aproximação real ao mercado de trabalho e, especificamente, a todo o ciclo de projeto criativo até à produção, uma vez que a empresa desenvolve, produz e implementa todos os seus projetos.

No decorrer do estágio espera-se também que a mestranda desenvolva novas ferramentas e metodologias de trabalho em ambiente profissional, capacitando-a para a posterior inserção no mercado de trabalho.



4. Calendário previsional

Para o desenvolvimento desta investigação será seguido o calendário previsional proposto na figura seguinte. (Fig.2)

Prevê-se que o estágio decorra de Fevereiro de 2017 a Junho de 2017 e a mestranda irá trabalhar em diversos projetos para marcas como a *Chanel*, *Dior* ou *Sisley*, para grupos como a *L’Oreal*, a *Sephora*, *Douglas* e *Perfumes&Companhia*. Devido à imprevisibilidade do trabalho e da sua sequencia ao longo dos próximos meses, não é possível prever com maior rigor quais os trabalhos que serão executados.

É proposta a seguinte sequência metodológica para a execução das diversas tarefas durante o período do estágio: crítica literária, análise da empresa, diário de estágio, desenvolvimento de projetos, tratamento da informação, elaboração do relatório final e disseminação.

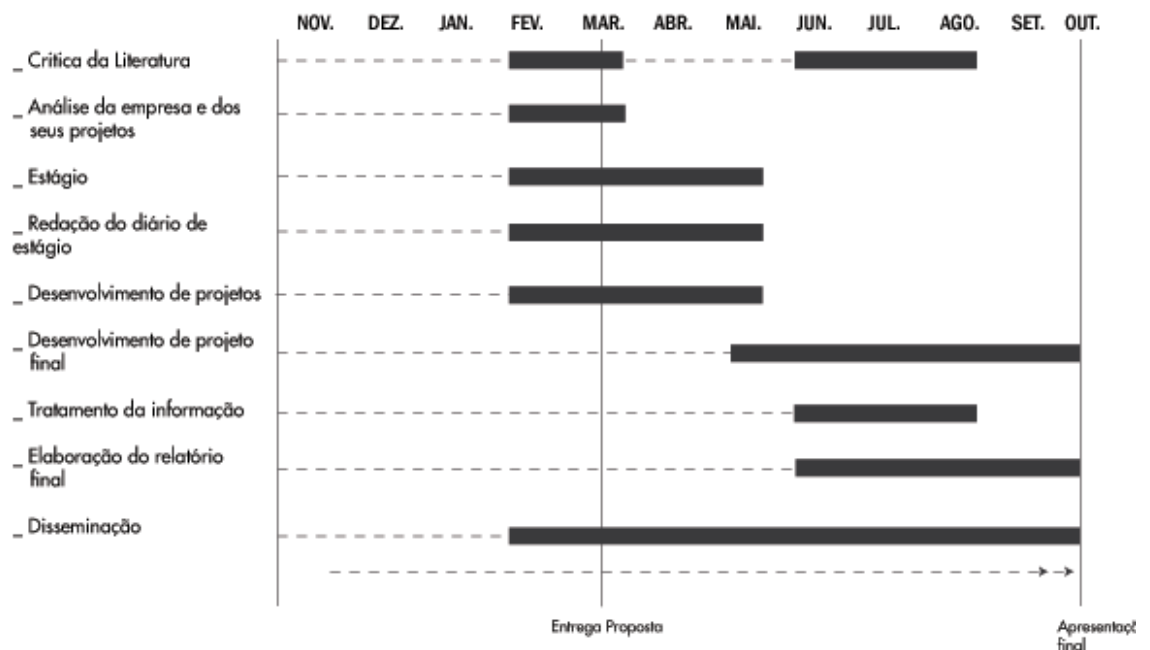


Fig. 2 – Calendário previsional (Fonte: autora, 2017)

APÊNDICE 2 - CALENDÁRIO DE PROJETOS

Legenda:

- Tempo total do projeto
- Tempo de Conceito do projeto
- Tempo de Produção do projeto

DE 01 01				01 DE FEVEREIRO			
Nº	CLIENTE	MARCA	PRODUTO	30 05	06 12	13 19	2
1	Às de copas	Rest. Bastardo	Balcão de Recepção e Bar _ Conceito				
2	Sephora	Atelier Cologne	Topo Gondola - ECI Lisboa _ Produção				
3	Douglas	Douglas	Makeup Station _ Conceito				
4	OSD	Oficina	Suporte Fita Cola _ Conceito _ Produção				
5	L'Oreal	YSL/Armani	Canopy - ECI Gaia _ Conceito _ Produção				
6	L'Oreal	Biotherm	Canopy - ECI Gaia _ Conceito				
7	OSD	Escritório	Móvel Comunitário _ Produção				
8	Às de Copas	Rest. Chakal	Instalação Artística _ Conceito				
9	Sisley	Sisley	Renovação Coluna - ECI Lisboa _ Produção				
10	Coty	Coty	Podium Carrinho _ Conceito				
11	Douglas	DAFNI	Topo Gondola - Douglas _ Conceito				
12	L'Oreal	Ralph Lauren	Renovação Lineares Prateleira - P&C _ Produção				
13	Chanel	Chanel	Coluna - P&C Atrium Saldanha _ Conceito				
14	OSD	Escritório	Peça Ar Condicionado _ Conceito _ Produção				
15	L'Oreal	Lancôme	Lineares Tratamento - P&C _ Conceito				
16	L'Oreal	Viktor Rolf	Renovação Lineares Prateleira - P&C _ Produção				
17	Sephora	Sephora	Acrílico para alarmes - Sephora _ Conceito _ Prototipagem I Experiência em loja _ Produção 2				
18	Chanel	Chanel	Coluna Provisória - P&C Atrium Saldanha _ Produção				
19	Dior	Dior	Coluna Provisória - P&C Atrium Saldanha _ Produção				
20	Ducray	Ducray	Expositor _ Conceito				
INICIO PROJETO FINAL							
21	PUIG	Jumbo	Topo Gondola - Jumbo Alfragide _ Conceito				
22	P&C	G. Barreiros Faria	Makeup Station _ Conceito				
23	L'Oreal	Diesel	Lineares Prateleira - P&C _ Produção				
24	CGD	CGD	Renovação Perfumaria - CGD Lisboa _ Conceito _ Produção				
25	Sisley	Sisley	Tabuleiro - Marionnaud Restauradores _ Produção				
26	Douglas	Douglas	Conceito de Loja _ Conceito				
27	Socosmet	Estée Lauder	Linear tatamento e make up - Selective _ Conceito				
28	SMC	SMC	Render - Wells Oeiras				
29	Sephora	Sephora	Balcão Impulso _ Conceito				
30	Sephora	The Korean House	Canopy de Gondola - Sephora _ Conceito _ Produção				
31	Chanel	Chanel	Hotspot - ECI Lisboa _ Produção				
32	Sephora	Sephora	Mural Promocional _ Conceito				
33	Coty	Coty	Evento Interno _ Produção				
33	P&C	P&C	Família Acessórios - P&C _ Conceito				



APÊNDICE 3 - QUESTIONÁRIOS SOBRE O PROJETO FINAL DESENVOLVIDO

Investigação em Design de Equipamento

No âmbito do Estágio académico de índole profissional realizado na empresa Original Spot Design, investiga-se a hipótese do Design contribuir positivamente para os processos de gestão de projeto e consequente para uma gestão de produção mais eficaz.

Desenvolveu-se então uma plataforma digital como ferramenta de auxílio ao trabalho do Designer e dos Técnico de Produção. A poucos dias da apresentação desta plataforma à equipa da Original Spot Design, sentiu-se a necessidade de desenvolver este pequeno questionário de forma a perceber as motivações e expectativas referentes a esta ferramenta.

Vimos então pedir a sua colaboração no preenchimento do presente questionário, tendo em conta que o mesmo é anónimo e confidencial, e cujos dados serão utilizados única e exclusivamente no decorrer da investigação.

Agradecemos desde já a sua colaboração.

1. Qual é o departamento a que pertence?

- ☒ Departamento Administrativo
- ☒ Departamento de Design de Equipamento
- ☐ Departamento de Design de Gráfico
- ☐ Departamento de Produção

2. Qual é a função que desempenha na empresa Original Spot Design?

Resp. Departamento Equipamento

3. Considerando todo o processo de desenvolvimento desta plataforma, no qual esteve mais ou menos envolvido:

3.1. Quais foram motivações iniciais que o levaram a propor/desenvolver/apoiar esta ferramenta?

*• Conseguir planear a produção a longo prazo.
• Evitar erros e evitar atrasos*

3.2. No decorrer do processo, essas motivações alteraram-se? Se sim, em que sentido?

• Não

3.3. Qual é a sua expectativa em relação à ferramenta desenvolvida? Considera que trará benefícios para a empresa? Justifique brevemente.

• Sim, porque a ideia não é boa solução.

Investigação em Design de Equipamento

No âmbito do Estágio académico de índole profissional realizado na empresa Original Spot Design, investiga-se a hipótese do Design contribuir positivamente para os processos de gestão de projeto e consequente para uma gestão de produção mais eficaz.

Desenvolveu-se então uma plataforma digital como ferramenta de auxílio ao trabalho do Designer e dos Técnico de Produção. A poucos dias da apresentação desta plataforma à equipa da Original Spot Design, sentiu-se a necessidade de desenvolver este pequeno questionário de forma a perceber as motivações e expectativas referentes a esta ferramenta.

Vimos então pedir a sua colaboração no preenchimento do presente questionário, tendo em conta que o mesmo é anónimo e confidencial, e cujos dados serão utilizados única e exclusivamente no decorrer da investigação.

Agradecemos desde já a sua colaboração.

1. Qual é o departamento a que pertence?

- ☒ Departamento Administrativo
- ☐ Departamento de Design de Equipamento
- ☐ Departamento de Design de Gráfico
- ☐ Departamento de Produção

2. Qual é a função que desempenha na empresa Original Spot Design?

Director da Empresa Original Spot Design

3. Considerando todo o processo de desenvolvimento desta plataforma, no qual esteve mais ou menos envolvido:

3.1. Quais foram motivações iniciais que o levaram a propor/desenvolver/apoiar esta ferramenta?

Surgiu a necessidade sentida pela empresa na gestão dos projetos e na gestão de produção na procura de uma forma de melhorar todos esses processos.

3.2. No decorrer do processo, essas motivações alteraram-se? Se sim, em que sentido?

Sim, com o decorrer do processo as ideias, as propostas, as alterações iam surgindo criando ainda mais envolvimento e vontade de por em prática a ferramenta desenvolvida.

3.3. Qual é a sua expectativa em relação à ferramenta desenvolvida? Considera que trará benefícios para a empresa? Justifique brevemente.

Trará benefícios sem dúvida trará mais agilização mais eficácia reduzindo "atropelos" nos processos nos projetos reduz imprevistos trazendo vantagens também economicamente.

Investigação em Design de Equipamento

No âmbito do Estágio académico de índole profissional realizado na empresa Original Spot Design, investiga-se a hipótese do Design contribuir positivamente para os processos de gestão de projeto e consequente para uma gestão de produção mais eficaz.

Desenvolveu-se então uma plataforma digital como ferramenta de auxílio ao trabalho do Designer e dos Técnico de Produção. A poucos dias da apresentação desta plataforma à equipa da Original Spot Design, sentiu-se a necessidade de desenvolver este pequeno questionário de forma a perceber as motivações e expectativas referentes a esta ferramenta.

Vimos então pedir a sua colaboração no preenchimento do presente questionário, tendo em conta que o mesmo é anónimo e confidencial, e cujos dados serão utilizados única e exclusivamente no decorrer da investigação.

Agradecemos desde já a sua colaboração.

1. Qual é o departamento a que pertence?

- ☐ Departamento Administrativo
- ☐ Departamento de Design de Equipamento
- ☒ Departamento de Design de Gráfico
- ☐ Departamento de Produção

2. Qual é a função que desempenha na empresa Original Spot Design?

Account - Planeamento Departamento Gráfico

3. Considerando todo o processo de desenvolvimento desta plataforma, no qual esteve mais ou menos envolvido:

3.1. Quais foram motivações iniciais que o levaram a propor/desenvolver/apoiar esta ferramenta?

Organização. Criar um acesso de todos o intervenientes às várias fases do projecto - Proposta/Conceito até Produção/Implementação.

3.2. No decorrer do processo, essas motivações alteraram-se? Se sim, em que sentido?

As motivações mantiveram-se.

3.3. Qual é a sua expectativa em relação à ferramenta desenvolvida? Considera que trará benefícios para a empresa? Justifique brevemente.

Sim. Não sei se é uma ferramenta útil ao nível do planeamento, na gestão de vários projectos com dates sobrepostos. Não sei também se é uma ferramenta de análise para identificar falhas nos projectos. O objectivo seria melhorar processos.

Investigação em Design de Equipamento

No âmbito do Estágio académico de índole profissional realizado na empresa Original Spot Design, investiga-se a hipótese do Design contribuir positivamente para os processos de gestão de projeto e consequente para uma gestão de produção mais eficaz.

Desenvolveu-se então uma plataforma digital como ferramenta de auxílio ao trabalho do Designer e dos Técnico de Produção. A poucos dias da apresentação desta plataforma à equipa da Original Spot Design, sentiu-se a necessidade de desenvolver este pequeno questionário de forma a perceber as motivações e expectativas referentes a esta ferramenta.

Vimos então pedir a sua colaboração no preenchimento do presente questionário, tendo em conta que o mesmo é anónimo e confidencial, e cujos dados serão utilizados única e exclusivamente no decorrer da investigação.

Agradecemos desde já a sua colaboração.

1. Qual é o departamento a que pertence?

- ☐ Departamento Administrativo
- ☒ Departamento de Design de Equipamento
- ☐ Departamento de Design de Gráfico
- ☐ Departamento de Produção

2. Qual é a função que desempenha na empresa Original Spot Design?

Gestor de Projeto

3. Considerando todo o processo de desenvolvimento desta plataforma, no qual esteve mais ou menos envolvido:

3.1. Quais foram motivações iniciais que o levaram a propor/desenvolver/apoiar esta ferramenta?

O desafio de desenvolver um sistema ~~de~~ unificador de ~~uma~~ um complexo processo de produção, essencial numa empresa de produção

3.2. No decorrer do processo, essas motivações alteraram-se? Se sim, em que sentido?

Não

3.3. Qual é a sua expectativa em relação à ferramenta desenvolvida? Considera que trará benefícios para a empresa? Justifique brevemente.

Sim, será mais fácil, e ~~é~~ sobretudo mais eficiente, a gestão de produção, quer para grandes ou pequenos projetos



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

PROTOCOLO DE COLABORAÇÃO

Protocolo celebrado entre:

Original Spot Design Lda., NIPC 508 138 841, com sede Rua José Vicente Gonçalves, nº8C, 2840-068 Aldeia de Paio Pires, neste ato representada por Cristóvão Vaz Campos e Ricardo José Gomes Bandeira, domicílio profissional em Rua José Vicente Gonçalves, nº8C, 2840-068 Aldeia de Paio Pires, na qualidade de gerentes.

E

Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa (FA-ULisboa), NIPC 502 784 083 e sede na Rua Sá Nogueira, Pólo Universitário da Ajuda, 1349-063 Lisboa, representada pelo seu Presidente Professor Doutor João Cottinelli Telmo Pardal Monteiro, com domicílio profissional na referida sede;

E

Ana Sanches Rôlo, nº de aluno/a 20152021, NIF 265933919, residente na Rua Cabo Verde, nº1, vivenda, 2955-157, Pinhal Novo;

Considerando:

- A necessidade de promoção e aproximação entre o meio universitário e a realidade social e empresarial;
- A necessidade de desenvolver mecanismos de cooperação que tornem possível e promovam a participação conjunta em atividades de caráter técnico-científico e de investigação aplicada.

As partes celebram o presente Protocolo, de um Estágio Académico de índole profissional, no âmbito do Mestrado em Design de Produto, da aluna da FA-ULisboa, Ana Sanches Rôlo, Protocolo este que se rege pelos seguintes termos:

1. Para efeitos do desenvolvimento de uma proposta de estágio a acordar com a Sociedade Original Spot Design Lda., esta compromete-se a disponibilizar à mestranda, Ana Sanches Rôlo, todo o apoio necessário para a implementação do seu estágio, indicando, para o efeito, um responsável pelo estágio, que assumirá a figura de Supervisor;
2. A mestranda, Ana Sanches Rôlo, compromete-se a responder a todas as tarefas e desafios que a Sociedade Original Spot Design Lda., venha a solicitar no âmbito do seu estágio, devendo a aluna escolher um docente da FA-ULisboa para atuar como seu Orientador;
3. O período de tempo destinado ao estágio deverá ser posteriormente acordado entre as partes, mas nunca inferior a três meses;
4. Durante o período de estágio na Sociedade Original Spot Design Lda., a aluna estará coberta pelo seguro escolar, assim como por todas as garantias inerentes a um



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

estudante da FA-ULisboa, dada a natureza de Estágio Académico, como Unidade Curricular do seu mestrado;

5. Para além do estabelecido nos pontos anteriores, as partes podem acordar outras ações de cooperação específicas, que deverão ser sempre reduzidas a escrito, estabelecendo-se os objetivos, encargos, mecanismos e prazos, através de documentos complementares que farão parte deste Protocolo sob a forma de anexos;
6. Cada uma das partes compromete-se a não partilhar com terceiros e/ou difundir, sob qualquer meio ou forma, quaisquer informações pertencentes à outra parte, a que tenham acesso por força do presente Protocolo, enquanto para tal não esteja autorizada por escrito pela outra parte ou enquanto tais informações não sejam do domínio público;
7. O presente Protocolo poderá ser revogado em qualquer momento, por acordo das partes e poderá ser denunciado por qualquer das partes, dentro do princípio da boa fé, quando ocorra uma situação de incumprimento que deva considerar-se justa causa de resolução, mediante prévia comunicação escrita à outra parte;
8. Durante a vigência do Protocolo poderão ser introduzidas alterações, as quais, efetuadas mediante expresse acordo das partes e após formalização, passarão a ser parte integrante do Protocolo;
9. As partes comprometem-se a resolver de forma amigável qualquer litígio que possa surgir no âmbito da execução do presente Protocolo;
10. As dúvidas suscitadas pela aplicação das regras do presente Protocolo serão esclarecidas e interpretadas de comum acordo, dentro do princípio geral da interpretação mais favorável à prossecução das finalidades supra expressas.

O presente Protocolo entra em vigor na data da sua assinatura.

Feito e assinado em triplicado, ficando um exemplar para cada um dos Outorgantes.

(Lisboa, 10 de Abril de 2017)

Ricardo José Gomes Bandeira

Cristóvão Vaz Campos

Faculdade de Arquitetura da ULisboa

O/A aluno/a mestrando/a

Ana Sanches Rôlo

